



Las redes sociales también van al cine

Páginas web que nos permiten ejercer la cinefilia y conocer las películas favoritas de nuestras "almas gemelas"

PABLO URBIOLA

"Después del sexo, el cine es lo que más éxito tiene en internet". Pablo Kurt (Mirananda de Ibero, 1969) lo dijo con conocimiento de causa: **FilmAffinity.com**, la página web que creó en el año 2002 junto al programador informático Daniel Nicolás, es uno de los sitios sobre cine con más notoriedad en la red. Han logrado reunir a más de 220.000 cinefilos que votan películas, publican sus propias críticas y reciben las recomendaciones de aquellos usuarios más afines a sus gustos. Ese componente de red social es una de las claves del éxito, como reconoce Kurt, porque diferencia su web de otras muchas páginas centradas en ofrecer información sobre el séptimo arte. La especialidad de FilmAffinity (*afinidad cinefila*, en castellano) es la recomendación de películas entre miembros. Son ellos quienes deben puntuar los

filmes de uno a diez, la web compara las votaciones con las emitidas por el resto de usuarios y a través de un algoritmo ofrece como resultado las veinte personas con opiniones más coincidentes. De esta forma, cada aficionado al cine puede conocer la nota que sus "almas gemelas" han concedido a un largometraje, y los mejor valorados forman una lista personalizada de recomendaciones. "Este sistema permite descubrir películas muy interesantes que tu círculo habitual de amigos no te recomendaba", explica Kurt.

La precisión del algoritmo busca afinidades aumentadas conforme lo hace el número de votos emitidos por cada persona. Por eso existen listas de filmes (clasificados por año, género o nacionalidad) para que los usuarios valoren el mayor número posible, con lo que se mejoran las recomendaciones obtenidas a través del sistema. De to-

das formas, lo que más interesa a los usuarios es conocer opiniones sobre películas recientes, por lo que el algoritmo premia como votan habitualmente los estrenos de cartelera.

BASE DE DATOS

FilmAffinity cuenta con una base de datos de más de 30.000 títulos que se actualiza cada semana con los estrenos de España, Francia, Reino Unido y Estados Unidos, para que los fieles al séptimo arte puedan enviar sus opiniones cuanto antes. La ficha de cada película incluye datos técnicos, el reparto, una breve sinopsis, una sección audiovisual—con fotografías o el tráiler—y las críticas que envían los usuarios. Estas constituyen otro de los pilares de la web, con los responsables supervisan los escritos para evitar insultos, faltas de ortografía o que se cuente el fidei de una película sin avisar previamente al lector.

independiente disponen de páginas más específicas. El portal **Cinemavip.com** tiene como objetivo poner en contacto a empresas y trabajadores audiovisuales. Cuenta con 120.000 usuarios registrados del mundo del cine, la televisión o la publicidad, que pueden mantener actualizado su currículum, mostrar algunas de sus creaciones y recibir nuevas oportunidades de trabajo. "El 90 por ciento de los proyectos audiovisuales tendrán alguna relación directa o indirecta con nuestra red", aseguran sus responsables. Más de 3.500 empresas ya la utilizan para promocionar sus productos, dar a conocer los servicios que prestan o anunciar ofertas de empleo.

La página dispone de un servicio específico, conocido como "marketplace", que permite a las empresas detallar las características del producto deseado y recibir tres presupuestos de distintos proveedores. El Principa-

do de Asturias o la discográfica Sony España son algunas de las entidades que han encargado sus trabajos a través de este sistema, cuyo objetivo principal es, no obstante, "acercar la producción audiovisual a las pequeñas y medianas empresas", según dice la web.

El portal **Filmin.es**, especializado en cine independiente, es una iniciativa puesta en marcha por ocho empresas dedicadas a la producción, distribución o exhibición de películas de una amplia base de datos con información de filmes, tráilers, *marketing of*, escenas eliminadas y clips. Además, su tienda en línea permite comprar DVD o algunos largometrajes en *streaming*—desde la web, sin descargarlos—por un precio que oscila entre tres y ocho euros.

Otra sección de la web almacena cortometrajes subidos por los propios productores y directores que

no se venían viendo en el cine. El portal **Filmin.es**, especializado en cine independiente, es una iniciativa puesta en marcha por ocho empresas dedicadas a la producción, distribución o exhibición de películas de una amplia base de datos con información de filmes, tráilers, *marketing of*, escenas eliminadas y clips. Además, su tienda en línea permite comprar DVD o algunos largometrajes en *streaming*—desde la web, sin descargarlos—por un precio que oscila entre tres y ocho euros.

Otra sección de la web almacena cortometrajes subidos por los propios productores y directores que

pueden ser vistos de forma gratuita. Filmin tiene también un alto componente de red social: los profesionales disponen de perfiles donde mostrar su currículum y los usuarios pueden puntuar los trabajos y escribir comentarios. Con los resultados de las votaciones la página elabora una clasificación de mejores películas y directores.

DEL PAPELA INTERNET

Kane3 nació en 2003 como revista impresa dedicada al séptimo arte, pero sólo un año más tarde tuvo que abandonar los quioscos y emprender una nueva etapa en internet. "El papel fue una aventura periodística demasiado arriesgada y costosa", recuerda Ana Sanz, directora y editora de la publicación. **Kane3.es** ofrece también información sobre televisión, radio y libros, aunque el cine sigue siendo el plato fuerte de la revista, con críticos, entrevistas y blogs firmados por distintos colaboradores. La actualización de la web es variable: los estrenos cinematográficos se renuevan semanalmente, pero no ocurre lo mismo en el resto de secciones. "Para nosotros es más valiosa la calidad que la cantidad de los contenidos", concluye Sanz.

PANORAMA