

Telefónica crea un servicio 'vip' de Internet para dar mayor calidad a los proveedores de contenidos

Negocia con Google que se una a su infraestructura CDN.- La "monetización" de este servicio especial pone en duda la neutralidad de la Red, aunque la operadora lo niega

RAMÓN MUÑOZ - Madrid - 14/09/2011

Vota ☆☆☆☆☆ | Resultado ★★★★★ 81 votos

Comentarios - 64

Compartir en:       

Twitter 188

Empfehlen 118

Telefónica ha dado el paso. La operadora ha puesto en marcha una red especial a través de la denominada Content Delivery Network (CDN), que permitirá ofrecer una mayor calidad que la red normal y servicios de valor añadido a determinados clientes corporativos y, en particular, a proveedores de contenidos, que pagaran por ello, aunque no tendrá ningún coste para el usuario final.

- ¿Quién quiere acabar con la neutralidad en la Red?
- Alierta enciende el debate sobre la neutralidad de la Red
- La ley para regular la neutralidad en la red no se aprobará esta legislatura

La noticia en otros webs

- webs en español
- en otros idiomas

Esta forma de distribución que potencia determinados contenidos sobre la red normal abre el debate sobre el principio de neutralidad de Internet, que impide la discriminación de tráfico por tipo de clientes o contenidos. No obstante, la operadora precisa que no se trata de una red nueva ni especial sino de dar ciertas facilidades técnicas a determinados clientes corporativos y que este concepto no tiene nada que ver con la neutralidad de la red.

Los CDN son empleados por otras compañías como Akamai, Level3, Amazon y la propia Google, e intentan evitar los cuellos de botella del tráfico en servicios como el streaming (vídeo online) que consumen gran ancho de banda. El servicio es de pago y potencia el acceso rápido a los contenidos de los proveedores que lo contratan sobre el resto aunque para el usuario final no tenga ningún efecto. Telefónica defiende que en ningún caso eso se puede considerar que se priorice el tráfico de unos contenidos sobre otros.

Hasta el momento, ha cerrado en fase precomercial acuerdos con la Agencia Tributaria, Red.es, Tuenti y el Cabildo Insular de la Palma, pero negocia con otros proveedores de servicios como Google.

Como reconoce la propia compañía se trata de garantizar mayor calidad de servicios "y de monetizar la red ofreciendo servicios de valor añadido a proveedores de contenido y grandes corporaciones", informaron en fuentes del grupo. Es decir, que aquellos proveedores como Google que accedan a pagar se garantizarán un acceso a sus contenidos de mayor calidad. "Con el lanzamiento de la CDN Telefónica lidera el cambio de paradigma en los servicios sobre la red, y la monetización de los mismos", añadieron en las mismas fuentes.

Por el momento, la CDN está lista en España y Argentina, y hay previsiones de lanzarla próximamente en Chile, Perú, Brasil, Alemania y Venezuela, en este mismo año.

La red consiste en nodos y servidores replicantes con el fin de acortar el camino para la distribución de los contenidos. Hasta ahora, han desplegado más de 40 nodos en 10 países, y cuando acabe el año e ampliarán a 70 nodos en 11 países y 22 ciudades con una capacidad agregada de casi 600 Gbps.

La puesta en marcha del CDN forma parte del empeño de Telefónica de cobrar en la Red según lo que se consuma y el tipo de contenido que viaje por ella, tanto a los particulares como a los proveedores de servicios como Google o Facebook, en el llamado "mercado de doble cara", como señaló la pasada semana el consejero delegado de Telefónica, Julio Linares.

Linares, en el XXV Encuentro de Telecomunicaciones de la de Santander, aseguró que en los últimos cinco meses un total de 40 empresas, entre operadoras de telecomunicaciones, proveedores de servicios de Internet y empresas de contenidos, han llegado a un "consenso bastante avanzado" sobre un nuevo modelo para repartirse el pastel del negocio online.

Las firmas han presentado a la Comisión Europea 11 propuestas para un "modelo sostenible" de negocio mediante "la gestión diferenciada del tráfico de forma transparente" que Linares denominó como "mercado de doble cara". Se trataría de poder diferenciar, por un lado, la gestión del tráfico por cada usuario y cobrarle según sus necesidades (volumen de descarga, tipo de contenidos, calidad conexión, etcétera) y, por otra, segmentar también a los proveedores de contenidos (Google, Yahoo, Facebook, etcétera) y cobrarles de forma diferenciada.

Última Hora



EL PAÍS Rusia HOY

La vicepresidenta económica del Gobierno, Elena Salgado, en Los Desayunos de TVE. Puedes seguir la entrevista en directo aquí <http://cort.as/OULp>

EL PAÍS

Hace 1 minuto

La policía registra el Ayuntamiento de Ronda. Varios agentes de la Policía Nacional se encuentran desde primeras horas de la mañana de este martes en las dependencias del consistorio del municipio malagueño. Los agentes están registrando además la sede de Urbanismo.

EL PAÍS

Hace 3 minutos

Afganistán confirma la detención de un responsable de la muerte de Rabbani. El Directorio Nacional de Seguridad -servicios de Inteligencia afganos- confirma el arresto de uno de los

es:up

la tienda EL PAÍS.COM

El billete cuadrado
Precio 19.89 €



Lo más visto ...valorado ...enviado

- La camiseta del Barça pesa de verdad
- El Gobierno de Aguirre oculta parte de su sueldo con una partida opaca
- Infeles ¿Por qué?
- El Dreamliner entra en servicio
- El crimen organizado mexicano trata de amordazar a las redes sociales
- Cuánto vale un piso de 100 metros
- Cataluña planea quitar media paga extra a 40.000 médicos y enfermeros
- El PP anuncia "una revolución" en los sueldos de los trabajadores de Sanidad
- Laporta divide a Guardiola y Rosell
- El español Jaime Jurio gana el Campeonato Mundial de Estatuas Humanas