

Araceli Lauret

Internet vs. televisión.

Internet Vs. Televisión.

Araceli Lauret.

Indice

- **Introducción.**
- **Día Mundial de la televisión.**
- **Sentencia firme: enlazar a redes P2P no es delito.**
- **La tele se muere.**
- **¡Los medios tienen que cambiar!**
- **Diversidad relevante y gratis = ingresos.**
- **Gracias, Yoani Sánchez.**
- **Un reportaje de Francisco Valenzuela.**
- **Series en Internet.**
- **Remi Gaillard, divertidísimo.**
- **Mogulus.com y... ¡ A emitir !**

INTRODUCCIÓN

Muchos de los autores de Blogs personales, también llamados periodistas digitales o cyber periodistas que pueblan miles de páginas en internet llevan años acumulando artículos semanales o incluso diarios sobre aquellas materias que conocen y que suelen ser muy útiles al navegante de la red. Son manuales o críticas, opiniones y denuncias que emergen como fruto de una comunicación social directa, nuevas realidades del periodismo universal en el entorno digital de internet, donde las verdades o falsedades no se confirman ni desmienten por ninguna oficialidad, sino que se pueden contrastar con tanta abundancia de aportaciones como variedad de fuentes. Estos Blogeros además aportan tal cantidad de valiosa información que a menudo dan para convertirse, y de hecho lo hacen, en un libro de gran interés general.

En mi caso han bastado solo unos meses de trabajo periodístico digital para que varios artículos relacionados entre sí escritos en un corto periodo de tiempo hayan despertado mi interés ante una realidad preocupante: la muerte de la televisión, hoy día mi medio de vida y el de mi familia. En el fondo es difícil tener la certeza de una muerte empresarial, pero no cabe duda de que el apagón digital y la incertidumbre sobre el futuro de la empresa televisiva hace que se tambaleen todos los pilares sobre los que se asienta, incluido el mundo de la publicidad, al menos en este país. Recuerdo hace más de veinte años cuando los ordenadores personales hicieron su aparición en los medios de comunicación, haciendo que más de treinta mil operarias perforadoras de tarjetas para computadoras perdieran su empleo en Radiotelevisión Española debido a la reconversión digital. Entonces la tecnología supuso la pérdida de muchos empleos en los medios de comunicación, lo mismo que sucede ahora, pero no le acompaña ninguna reconversión tecnológica.

Desde el punto de vista social se trata de la muerte de un medio de comunicación del que se han alimentado culturalmente dos generaciones completas, y que ahora agoniza sin solución, y que no servirá de

referente a las generaciones posteriores, porque ya casi no lo es para los jóvenes en la actualidad. Puede decirse que la televisión ha sido hasta hoy día un servicio de información al público de horarios limitados, de entretenimiento sin mas interacción que el zapping, tremendamente costoso y cada vez menos rentable, y que además pierde audiencia inexorablemente.

Surge pues la necesidad de crear un medio de masas totalmente nuevo, con base en internet, no atado a los tiempos de los horarios de programación, infinitamente variado, más rápido que el vídeoteléfono, que debe ser interactivo y lo más importante, gratuito. Un centro de entretenimiento e información que además de ser útil sea accesible para todos, con una estética de vanguardia y sin censura. Un verdadero medio de comunicación global.

La tele ya no es lo que era...

Día Mundial de la televisión.

El 21 de noviembre se celebra el Día Mundial de la Televisión, por obra y gracia de la ONU. Así lo decidieron sus representantes en 1996, fecha en la que se celebró el primer Foro Mundial de la Televisión, un primer Foro Mundial que indudablemente se organizó muy tarde, pues la televisión nació en Europa alrededor de los años cincuenta, y la celebración oficial llegó medio siglo después.

Por otro lado celebrar el Día Mundial de la Televisión no se sabe muy bien lo que implica, por dos razones: la primera porque dicha celebración carece de contenido y en segundo lugar porque ahora mismo nadie podría asegurar si se seguirá celebrando por mucho más tiempo. Curiosamente y coincidiendo con esta fecha, la Academia de Televisión de España entrega en el año 2008 los conocidos Premios Talento, en una gala televisada, que no se sabe cuando se emitirá ni quien la emitirá, pero sí que se sabe que tendrá una audiencia compartida con Internet, enemigo número uno de la tele, que no deja de robar acólitos a la pequeña pantalla. Y digo que no se sabe quien emitirá la gala ni cuando porque nunca llegó a aparecer anunciado en la prensa, que es donde los espectadores normalmente acudimos para informarnos.

Desgraciadamente comienza a suceder con demasiada frecuencia que la prensa diaria ofrece una información muy poco fidedigna de las programaciones de los canales de tv. Esto en realidad no es culpa de los periódicos, sino del actual sistema de contra programación de las empresas de televisión nacionales y sus departamentos de emisiones. Son responsables de decidir la evolución de las parrillas pero parecen haberse vuelto locos y no deciden los contenidos y sus horarios hasta el

último momento. Esto repercute en todo: la falta de conocimiento de la audiencia, que no sabe muchas veces en que cadena van a echar el partido de fútbol que les interesa, ni a que hora, y por consiguiente la publicidad tampoco se contrata con tiempo suficiente, y por supuesto tampoco hay mucha previsión para elaborar las correspondientes promociones.

Y en cuanto a la oferta de los contenidos de las cadenas, es verdaderamente pobre y repetitivo. Por poner un ejemplo, en cuanto a la programación musical, es difícil encontrar un programa de música actual en los canales nacionales gratuitos, aunque siempre está la opción de pagar por ver alguna de las tres o cuatro cadenas europeas, del tipo de la MTV (plagados con realitys de muy baja calidad).

En contraposición tenemos el caso de iTunes, que es un programa de ordenador creado por apple para escuchar música y grabar CDs que tiene una tienda propia en la red, donde hasta ahora vendía canciones sueltas a 90 céntimos de dólar o vídeos musicales a dólar y medio y que en el otoño de 2008 comienza ya a vender los capítulos de series americanas al día siguiente de su estreno, a dos dólares por capítulo, un poco caro según algunos expertos, pero con gran aceptación por parte del público a pesar del precio.

Mientras en las cadenas de televisión no ponen cine nada más que dos o tres veces por semana, en Internet nace un acuerdo de Google con la compañía cinematográfica de la Metro Goldwyn Mayer (la del león) para ofrecer el archivo de películas de que dispone Metro y colgarlo, con una porrada de anuncios en medio, pero gratis, del portal de vídeos YouTube, que hasta ahora solo colgaba vídeos de corta duración por cuestiones técnicas. Le resultaba difícil subir vídeos que superasen los 10 minutos de duración, pero ya ha solucionado ese problema y además ha cambiado su formato por el de 16:9. Y ya para rematar la jugada el portal americano de vídeos Hulu.com, competencia directa de YouTube, ofrece programas de televisión y series de estreno con la gracia de poner solo un anuncio en los cortes publicitarios, y el internauta tiene además la posibilidad de escoger cuando quiere verlo, si al principio o entremedias de la emisión. En este momento fuera del país el servicio está bloqueado por temas de propiedad intelectual, pero a pesar

de tener solo un año de vida, (nace en 2007) hoy por hoy domina el emergente mercado de descargas de televisión y películas sustentado en la publicidad de EE. UU.

De acuerdo, no se pueden ofertar programas de televisión para descargar si no existiera la televisión, pero lo cierto es que cada día nacen nuevos programas “de televisión”, sobre todo series que no han sido nunca emitidas en canal alguno y que solo existen en Internet. La serie más famosa en EE.UU. quizá sea The Cell, de la que ya se ha hablado en las cadenas de televisión convencionales, pero hay muchas más, como la española MALVIVIENDO, y otras nacionales que reciben casi un millón de visitas diarias y que están realizadas con un presupuesto de algunos cientos de euros.

Para muchos la intromisión de internet en sus negocios es una forma más de ampliar mercado y ofrecer espacios nuevos a la publicidad, pero para otros es un mal que hay que perseguir a muerte, y poco a poco se demuestra que están en un error. Y es que luchar contra lo que es gratis es tener poca visión comercial. Pretender sacar dinero a la gente por ver un partido de fútbol por televisión cuando desde hace años han tenido la posibilidad de verlo gratis es tirar piedras contra su propio tejado. Los escasos beneficios obtenidos de la publicidad en las dos últimas temporadas de la Champions League son un buen ejemplo de ello, y demuestran lo poco interesante que resulta para el público pagar por ver la televisión, y estoy hablando de fútbol.

De todo ello se beneficia la red, que no para de ofrecer alternativas gratis o muy baratas al pago por visión o PAY PER VIEW, aunque traigan aparejada una publicidad insistente y fea, (es indudable que la belleza de algunos anuncios de televisión no tienen comparación con los antipáticos Banners de las páginas web).

Igualmente han surgido cientos de formas para ver series, fútbol y películas gratis en Internet, donde ya ni siquiera es preciso utilizar un programa de descarga, o tampoco un visionador de p2p. Una de las páginas que más aceptación tienen es Rojadirecta, que te da la posibilidad enlazar con aquellas páginas de la red que ofrecen fútbol gratis, bien abriendo una aplicación TvP2P como SopCast o Tvants, (ojo que

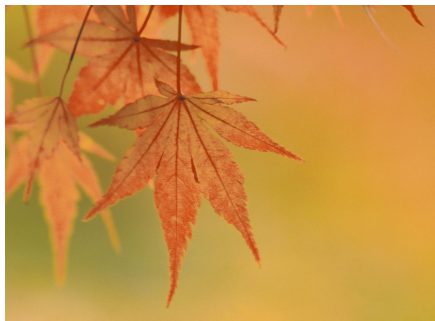
son para PC, no para Mac) y otras que basta solamente con pinchar en la página y te abren el partido. Hay canales de muchos países, chinos, europeos, y de Latinoamérica, que son los mas recomendables por tener comentarios en español, pero además la página incluye los resúmenes de partidos pasados, otras retransmisiones de otros deportes como torneos de tenis o NBA, las fechas de los eventos, las páginas web de los canales que los retransmiten en todo el planeta, foros de debate, y un sin fin más de posibilidades de información sobre como poder ver cualquier espectáculo deportivo reciente o pasado.

Rojadirecta, famosa página de internet que ofrece ver partidos de fútbol gratis en la red.



EnOcasionesveoseries.com es una página que te permite ver una gran cantidad de series On Line, incluso hacer descarga de algunos capítulos. También tiene Telenovelas, series de dibujos y Animes.

Enlazar a redes P2P no es delito



Sentencia firme: enlazar a redes P2P no es delito. La Audiencia Provincial de Madrid confirma el sobreseimiento del 'caso Sharemula'

En el otoño del 2008, la Audiencia Provincial de Madrid confirmó en sentencia firme, y por lo tanto no recurrible, que enlazar a redes P2P no es delito. El tribunal confirma así una sentencia previa de un juzgado de instrucción sobre las actuaciones que se seguían contra Sharemula, una página web que suministraba enlaces a redes de intercambio de archivos. Según informó el abogado David Bravo, "la Audiencia confirma las tesis de la defensa señalando que enlazar a las redes de pares [P2P] no constituye una actividad criminal" ya que "es indiferente que se tenga o no ánimo de lucro puesto que si no hay comunicación pública ya no hay delito".

Bravo extracta partes de la sentencia que dejan claro que enlazar no es lo mismo que alojar. Según la sentencia, Sharemule únicamente proveía enlaces; "ni aloja archivos, ni realiza directamente la descarga, limitándose a facilitar una dirección donde se puede descargar la obra".

Así, el tribunal entiende que un enlace por sí mismo no vulnera la propiedad intelectual, sino que "constituye únicamente una forma de facilitar al usuario de Internet el acceso a otra página web".

Este es otro ejemplo más de los mil y un caminos que puede encontrar la red para evitar el pago por visión. De nada sirve que los gobiernos intenten castigar la piratería, si compartir archivos de amigo a amigo, que en la red son muchos, no es delito. Lo mejor que pueden hacer es patrocinar la cultura y encarrilar los contenidos dentro de internet para acercarse al público, hacerlo todo más accesible, y un buen paso hacia adelante es la "ventanilla electrónica" que permite realizar gestiones en organismos públicos a través de internet.

Teniendo en cuenta la evolución de la web mundial, que en a finales de siglo pasado el noventa por cien de su contenido era pornografía, y hoy día es imprescindible para cualquier tipo de empresa, merece la pena darle un oportunidad como medio de comunicación, máxime cuando la publicidad en las cadenas de televisión descendió en el 2008 cerca de un 18% y en Internet creció por encima de un 26%.

Y si la publicidad migra es por culpa de la audiencia que en realidad no desciende en número de individuos sino que aumenta, pero en Internet. Hasta hace cuatro o cinco años los dos mercados no entraban en competencia, la tele se abastecía de un público mayor, con un nivel cultural medio-bajo, con lo que apenas se daba oportunidad a los programas culturales y en cambio abundaba la teletienda y el producto comercial, dirigido a una audiencia con cierto poder adquisitivo. En cambio internet era el refugio de gente muy joven, con muy bajo poder adquisitivo y ningún pudor a la hora de comunicarse, gente que al no poder pagar una entrada de cine o discoteca se citaba a través del móvil o el correo electrónico para celebrar un botellón, tras toda una década de rutas del bacalao y música trance de su anterior generación. Es inevitable que Internet arrastre a la gente hasta sus buscadores, a ver con qué le entretiene.

¿Dónde está la audiencia?



La tele se muere

No es una visión derrotista, si bien como realizadora me encuentro a todas luces en el bando que lleva todas las de perder. En realidad es una percepción optimista del futuro que se nos avecina, ya que para ver lo que se está haciendo hoy día, mas valiera que cayese un chorro de napalm sobre nuestras emisiones.

La calidad de la televisión en general es baja, el presupuesto para los programas mas bajo aún, desciende la audiencia y los anunciantes se retiran, y todo porque no interesa que el negocio prospere. Hay que dejarlo morir para dar paso a una tele de pago que entonces sí que será la maravilla de las maravillas, después del famoso apagón, claro.

Pues mira tu por donde que con esto va a pasar como con la crisis financiera, las hipotecas españolas, los pobres ninjas esos de Obama y el precio del petróleo: que se equivocan con nosotros, los mortales. No se puede exprimir una nuez, aunque parezca un fruto.

La tele en alta definición o en tres dimensiones, o en sonido envolvente, para cuando llegue, que se anuncia dentro de muy poco, ya no va a tener audiencia, porque es una especie en extinción. El videojuego e internet ya desbancan a cualquier emisión televisiva, y las familias hace tiempo que no se sientan en el sofá juntitos a pelearse por el mando a distancia, cada uno tiene frente a sí su propia pantalla de ocio personalizado, y según los últimos estudios, hasta altas horas de la

madrugada. La variedad infinita de la red no imita a los llamados medios de masas, no lo necesita. Su diversidad dirige nuestra atención solo hacia aquello que nos interesa a cada uno, y la masa que era antes la audiencia ahora se convierte en el grupete de amigos del foro, el chat, el club de fans del blog, etc. Por cierto que ahí es a donde se debería dirigir la publicidad de cabeza, si es que aprenden de una vez. Clientes y anunciantes no les van a faltar, pero claro, el banner que parpadea no es un formato digno para tan buenas y prometedoras expectativas.

Según van llegando las pelotas a la red resulta que el vídeo empieza a correr que da gusto. Películas, juegos, videoconferencias, banca,... algún día mas bien cercano, tendremos en casa un único electrodoméstico con una pantalla en el salón, donde antes estaba la tele, que nos servirá de todas esas funciones y muchas más. Señores, abran los ojos, que el famoso apagón, como no espabilen va a ser un apagón general de todas las teles, tiempo al tiempo. Y a ver el Barsa-R. Madrid por internet y gratis, como tiene que ser.

Sin instinto de supervivencia.



¡Los medios tienen que cambiar!

Para cuando los empresarios de los medios de comunicación españoles quieran darse cuenta habrán matado a la gallina de los huevos de oro. Hasta el hombre primitivo se percató de que agotar los frutales les llevaría a ser nómadas o a cultivar la tierra. Cualquiera de las dos opciones es buena elección dada la crítica situación a la que se está llegando, ya sea mudarse a la red y hacer periodismo digital, o llevar a cabo una transformación total desde la base, creando una oferta diversificada de calidad y honestidad informativa, aunque eso sería mucho trabajo que conllevaría unos gastos de inversión. Y ya no recuerdan lo que es eso. Pero ponerse a echar a la gente a la calle... ¿Para qué? Tendrán que volver a contratarles dentro de seis meses otra vez, y por el mismo dinero o más, porque son periodistas, no perforadoras de tarjetas para ordenadores de una generación anterior. A ellas hubo que despedirlas, era lo único que sabían hacer, pero un periodista es otra cosa, o es que

aún no se han dado cuenta... Además retrasarán lo inevitable, llegando tarde otra vez a lo necesario, y por descontado les costará el doble.

Hace algunos años leí un artículo en EL PAIS digital que decía : “el **periodismo ciudadano** no existe”... (todavía está colgado en la red), y evidentemente era un artículo escrito con envidia, pero ahí permanece como una amenaza que desde entonces les pisa los talones, y con toda seguridad les mantiene insomnes. Ay amigo, resulta que el periodismo ciudadano sí que existe, ¿verdad Yoani Sanchez?.

Siempre están queriendo sacarnos el dinero a los ciudadanos de a pié a cambio de dejarnos comunicarnos, de dejarnos informarnos, de dejarnos parcelas de poder, en definitiva. Pero las elecciones están a la vuelta de la esquina, y las habituales tribunas de difusión de mítines y propagandas andan haciendo RICOS AL INSTANTE a la desesperada, perdiendo audiencia y no ganando lo previsto, lo que, para algunos tiburones que yo me sé, significa claramente que están perdiendo pasta.

Solución: echar a los profesionales a la calle.

Les espero a la vuelta de la crisis, señores.

Por cierto magnífica web para los amantes del camaleón de la que he extraído la foto de la cabecera, un animal tan antiguo como la tierra de donde proceden en su mayoría, Africa. Sabe más el diablo por viejo que por sabio.

www.camaleones.es

Televisión vs Internet.



Diversidad relevante y gratis = ingresos.

Los grandes medios de comunicación ya están en Internet, y son pequeños púlpitos de presupuesto medio, coste muy bajo y grandes beneficios publicitarios. Las páginas como los blogs BoingBoing, PostSecrets, Huffington Post o Gizmodo, tienen más visitas que prácticamente cualquier medio de comunicación tradicional. Parecen prensa digital al uso, pero incluyen vídeos y colaboradores especializados con nombres famosos y de gran peso en la vida política del país. Llamen mucho la atención por tener al estilo libre de un Blog sumado a que han adquirido una gran reputación. Todo esto les garantiza un gran número de visitas y por eso se han convertido en los nuevos medios de masas.

Dado que son gratis, se reafirma la teoría de Chris Anderson de la cultura de lo gratuito, donde las empresas ofreciendo productos gratis pueden ganar dinero, a través de la publicidad. Esto en realidad no es nada nuevo, pues la tele que conocemos, la de toda la vida, es gratis, (o así era hasta ahora, que nos la quieren cobrar). Con comprar un aparato ya teníamos pelis todos los sábados noche, festival de Eurovisión y los Oscars una vez al año, para ver a los artistas de cine sobre la al-

fombra roja. Y todo lo costeaba la publicidad y además daba grandes beneficios.

Pero si ahora la publicidad se instala mayoritariamente en Internet, entonces ¿Qué cabe esperar que hagan los grandes medios de masas como las cadenas de televisión?, Según el autor de 'The Long Tail' y editor de la revista Wired, Chris Anderson, "La nueva labor de los medios no es tanto la creación de los contenidos, ya que cualquiera puede hacerlo, sino facilitar la conversación y para ello hay que experimentar -con blogs, redes sociales, wikis...- que son muy baratos de realizar".

Y esta nueva tarea de los medios se basa mas en la relevancia de los contenidos que en su producción. Esto es, el interés de la gente por un determinado tema primará sobre la producción, pero sin perder de vista algo muy importante, y es que esta generación crecida con la banda ancha nos va a exigir interactuar con la información, y si no pueden hacerlo no les interesarán nuestros contenidos. Además las cadenas de tv deben ser un escaparate de los grandes hits musicales, estrenos cinematográficos, mítines políticos, salones internacionales de la moda y el automóvil, exposiciones universales, a la vez que se diversifican en miles de distintos escaparates donde bucear en busca de una pieza única de aeromodelismo, o de una receta especial para diabéticos celíacos residentes en zonas desérticas.

Atentos a la gran diversidad, será siempre interesante ofrecer muchas cosas muy variadas y atraeremos la atención tanto de la audiencia como de la publicidad en feliz armonía con Internet. Puede que el apagón Pal nos traiga un poco más de diversificación con mayor numero de canales, pero es un error no ofrecer antenas gratis a todo hijo de vecino, a la vez que regalar los codificadores de TDT y motivar al espectador para que use canales interactivos cuanto antes, pues tan pronto sepamos como respira cada televidente, antes sabremos a que tipo de publicidad someterle.

Si además, pongamos por ejemplo un canal especializado en motor, anunciamos neumáticos en lugar de juguetes, es muy posible que esa publicidad sea valorada e incluso disfrutada por la audiencia que estará necesitada la información que le puede aportar. En realidad es sencillamente lo que hace Google con sus anuncios Adsense, escoje la publicidad apropiadamente según el contenido de las páginas donde se aloja. Y el éxito está garantizado.

Toda Cuba está en la Red.



Gracias, Yoani Sánchez.

Imparable, inevitable, la fuerza del Blog de Yoani Sanchez que desde Cuba, se abre camino sin prisa pero sin pausa y nos acerca la realidad de su país en un solo clic. Sus vídeos en YouTube nos abren los ojos a las verdades que la censura del gobierno, de ningún gobierno, no alcanza a controlar, y sus comentarios en el Blog retratan con sencillez y sin fanatismo de ningún color las tristes carencias de un país que es hermoso y que ella ha decidido habitar pese a todo. Es joven, humana, y realmente más revolucionaria que ningún otro allá por esa forma suya de bloguear honradamente. Premiada internacionalmente y seguida por cada vez más gente, su Generación Y se ha convertido en un necesario referente de la temperatura de la Isla.

Es un curioso ejemplo de como Internet puede burlar la censura de un gobierno que controla férreamente todos sus medios de comunicación, pero además a Yoani la podemos leer tranquilamente todos los

hispanoparlantes buscando su blog desde salón de nuestras casas. Y como este ejemplo hay muchos otros a la largo y ancho del planeta. Ciertamente es que la red que conocemos pertenece al cono norte, y que hay otros mundos que hablan árabe y chino, solo están lejos si los apartamos y les damos de lado. Porque accesibles lo son.

Obama pudo alcanzar lo mil veces soñado gracias a Internet, (y a trabajar como un bestia, además), así que ¿Qué no conseguirás tú, Yoani con Y?

Tus conexiones con la red no se si son milagro o industria, pero que nunca cesen.

Una buena prueba de ello.



Un reportaje de Francisco Valenzuela.

Con el título : *La televisión por internet: la nueva forma de ver las cosas*, se presenta en el blog de origen chileno TEASER DEMOS TV un fantástico vídeo que vaticina el futuro de la televisión que todos tenemos en mente, un futuro que ya está aquí a nuestra disposición y que además nos invitan a todos a usar sin limitaciones de ningún tipo. Enumera las distintas páginas donde se puede subir vídeo gratis, incluso algunas te permiten hacer edición de vídeo antes de subir. Y a continuación presenta a modo de reportaje varias declaraciones muy interesantes de profesionales que ejercen el periodismo televisivo en internet desde Chile. Muy interesante, en realidad.

El blog parece que se ha escrito solo por lo natural de todos sus argumentos, incluido el vídeo que ha capturado mi atención sobremedida y que es un trabajo muy elaborado y notable.

Cuestiona en determinado momento la carencia de un filtro en la red que sirva para separar la paja del grano, pues al tener acceso a ello todo el mundo hay una montaña inclasificable de vídeos sin interés para la mayoría de la gente. Pero yo en cambio no creo que el hecho de que no exista un filtro en la transmisión de imágenes o vídeos por internet sea un problema, para nadie. La libertad de la red es lo que permite que en este momento tus vídeo estén en mis manos. Lo que se echa de menos en internet es orden, clasificación real y completa de los contenidos, pero ese descontrol del que se habla yo prefiero llamarlo libertad y curiosamente permite a la Wikipedia convivir con el porno, la publicidad de Movistar junto con bajarse gratis el Skipe. Pero en cuanto a televisión por internet o el futuro del vídeo en la red, deberían crear en cada cadena un escaparate, un muestrario de una programación a la carta, un punto de partida que a base de presentarnos publicidad, nos ofrezca gratis y con buena calidad, cualquier producto televisivo que podamos demandar como audiencia.

Malviviendo



Series en Internet.

Teclea en Alexa su web y alucinarás. La serie de televisión hecha para Internet entre varios amiguetes ha estallado en la red como una autentica revelación con mas de 200.000 visitas desde su nacimiento hace dos meses. Con solo dos capítulos realizados hasta la fecha (diciembre 2008) y un presupuesto total de 80 euros aproximadamente, la serie de estos chavales esta causando furor con su frescura y su buen humor. La 2 de televisión española mismamente les sacaba hablando de su enorme repercusión. Me pregunto cuanto tardarán los guionistas de los *Hombres de Paco* en reaccionar, y no digamos los productores de televisión que se han gastado el oro y el moro comprando las super series de presupuestos astronómicos, que deben estar temiéndose que internet sea la nueva depositaria de los patrocinios: "Chocolates Plin patrocina esta serie de internet", de entrada y salida de programa... con lo que se van a quedar a dos velas.

Las secuencias no son muy largas, lo que está perfecto, pero es que además los encuadres de los planos son geniales, el montaje está super trabajado, y los actores tienen su gracia. Especial mención tiene la iluminación y las texturas, muy goloso todo.

Pero sobre todo visualmente tiene el desarrollo de un videoclip donde cada plano se ha rodado con mucha intención. Personalmente me encanta la pelea del segundo capítulo, nada que envidiar a ninguna producción norteamericana. Pero es mejor que lo veáis con vuestros propios ojos. Fantástica.

<http://malviviendo.com/>

Lo mas grande de la vida.



Remi Gaillard, divertidísimo.

En febrero de 2009 cumplió 35 años este francés de Montpellier que se disfraza de canguro y comienza a dar saltos por la ciudad robando tonterías, sorprendiendo a los transeúntes, rompiéndolo todo a su paso, haciendo mil perrerías, y que es desternillante, porque no conoce límites. O por el contrario se cuela en el campo de cualquier competición deportiva vestido como un jugador más y hasta posa en las fotos sosteniendo la copa ganadora sin que nadie se percate de que es un impostor.

Si los Jackass sorprendían por lo zumbados que estaban, Remi Gaillard te deja boquiabierto, pues es un auténtico fenómeno haciendo el gilí. Algunos lo denominan humor absurdo, otros descaro extremo, en ocasiones tan destructivo como hilarante, pero husmeando en su web, que recibía ya en el año 2007 un millón de visitas al día:



<http://www.nimportequi.com/index.php>

te das cuenta que comenzó en el año 1999, es decir lleva una década haciendo el ganso y grabándolo en vídeo para colgarlo en su web, donde se alojan mas de cien vídeos, que se dividen en dos tipos, los de humor y en los que hace de deportista impostor, algunos de los cuales le han llevado a la fama.

Así Gaillard apareció el 27 de julio de 2002 en un partido de clasificación de la Liga Mundial de Voleibol cantando alineado como uno más junto a los jugadores mientras sonaba el himno nacional. Este episodio fue transmitido en directo en Eurosport. También apareció como futbolista durante la final de la Copa de Francia de 2002, tomando parte en las celebraciones y siendo felicitado por el entonces presidente francés Jacques Chirac.

En declaraciones a “Clipmanía”, programa de actualidad informativa de la cadena alemana DW-TV en 2008, explicaba que la razón por la que hace estos vídeos es *“para poder ser mi propio jefe. Nadie me dice lo que tengo que hacer. Hago lo que me gusta y además me divierto haciéndolo”*. También añade que corre mucho y a veces consigue librarse de una buena gracias a eso. No tiene desperdicio. Feliz Cumpleaños Monsieur Gaillar.

Crea tu propio canal de tv.



Mogulus.com y... ¡ A emitir !

No te quedes con las ganas, ensaya una sonrisa, atúsate el flequillo y enciende tu web cam. ¡ESTAMOS EN EL AIRE! y sin gastar un céntimo. Ahora ya puedes crear tu propio canal de televisión y salir en directo o en diferido, emitir vídeos de YouTube o subirlos de tu disco duro, añadir rótulos, transiciones, y programar una parrilla a tu gusto que vuela con piloto automático las 24 horas del día sin parar. Te registras en minutos et Voila!, solo hay que realizar una pequeña escaleta, hacer cue y play. Desde la misma página se abre el estudio de realización, una sencillísima aplicación broadcast, que te permite realizar búsquedas en Youtube y previsualizarlas, y para colmo además te genera el código fuente para incluir tu canal en tu Blog o página web, solo tienes que copiar y pegar.

Increíblemente funciona, y aunque está en Beta, es decir, en experimentación, va como un tiro. Las versiones de pago a lo mejor deben tener mas prestaciones y no llevan publicidad, andan por los trescientos y pico euros - esas no tienen gracia- pero no cabe duda de que los señores de Mogulus han dado un gran paso hacia adelante. Desde este momento con mi portátil y con un pincho USB de conexión a internet móvil estoy lista para realizar retransmisiones en directo de cualquier evento casi desde cualquier lugar y además llegar donde no llegan los satélites, basta con que llegue internet.

¿Cuánto cuesta una retransmisión en directo de una rueda de prensa, via satélite, con una unidad móvil equipo técnico, etc?..o lo que es aún peor, ¿Cuánto tarda un equipo en desplazarse para un directo y estar preparado para emitir? Pues eso, sin comentarios. Con Mogulus.com lo más caro de la conexión es el billete de autobus. Como es gratis se congela un pelín, ya sabemos como va la Banda Ancha en nuestro país, quizá no sea tan “ancha” como nos dicen nuestras compañías telefónicas, que yo ya no me creo nada de nada. (En mi opinión, creo que las comunicaciones, al igual que el consumo del agua, el gas y la electricidad, debería ser gratis como la sanidad, pues todos ellos son bienes de primera necesidad).

Por supuesto y como no cuesta, yo me he hecho tres canales, para probar. Mi buque insignia se llama VERSESEVE TELEVISIÓN, al que os invito como audiencia o para lo que gustéis emitir. Estoy preparando un experimento para finales de este mes que consiste en retransmitir una actuación musical en vivo y en directo del grupo LATIN-SON, que tocan los fines de semana por la noche en La Negra Tomasa, un restaurante del centro de Madrid. Ellos son cubanos al igual que su público y el tipo de restaurante, y el que mas y el que menos tiene familia en Miami, Florida. Desde este momento comienzan a rodar los emails con la previsión, pues en los descansos musicales pretendo dejar que el que quiera salude en directo a su familia frente a la cámara, a través de mi cadena de televisión, VERSESEVE TV. En Miami solo tienen que sintonizarme en mi página web:

<http://www.mogulus.com/versesevetv>

Si tiene éxito lo siguiente será desde El Corral de la Pacheca flamenco en directo para Japón, ahí si que hay narices, eh?
Nos vemos en la teleweb.

www.mogulus.com

Recopilación de varios artículos
publicados en el blog
www.aracelilauret.es sobre el negro
futuro de la televisión en
contraposición al despegue de
Internet.
