

# Televisión cara a cara

I CONGRESO ESPAÑOL DE TELEVISIÓN  
DIGITAL AUTONÓMICA Y LOCAL

Puerto de Málaga  
Crucero Vision Athena  
8 - 10 de abril de 2008

## CO: Modelos emergentes de Web TV en España: El caso de Mundos Digitales TV y Lambdastream

*J. B. Arjona Martín*

*Universidad de Málaga, España.*

*Borja\_arjona@hotmail.com*

**mundos**  
**DIGITALES**



**lambdastream**

### 1. Introducción

Digital, información, globalización, Internet. Todos ellos, términos definatorios de la nueva configuración de la comunicación social actual.

La televisión, por supuesto, elemento importantísimo dentro de esta nueva configuración, no escapará de la transformación de las nuevas configuraciones ni de la convergencia con las nuevas tecnologías.

De la progresiva unión entre televisión tradicional e Internet surge la llamada e-TV: la posibilidad de visionar contenidos televisivos desde una red global, de manera no secuencial y de forma más participativa.

Como afirma Pérez de Silva, (2000) "ha muerto la nueva manera de hacer y ver televisión". Gracias a la red podemos elegir qué informaciones ver, cuándo, cómo, en qué dispositivo y dónde. Este último factor se debe al desarrollo de aplicaciones multimedia en teléfonos móviles y al crecimiento de redes inalámbricas de conexión a Internet, lo cual nos aporta total libertad para conectarnos a la red y ver televisión en cualquier lugar y momento.

En un artículo publicado el 29 de enero de este año en *Elmundo.es*, se recogen las impresiones de Bill Gates acerca del impacto de Internet en la televisión, por motivo de una sesión plenaria sobre la Web 2.0 en el último Foro Económico Mundial celebrado el pasado mes de enero en Davos. Expresó que Internet revolucionará la televisión en cinco de años debido a la fusión entre ordenador y televisor y al "boom" de contenidos audiovisuales.

En otro artículo publicado en este mismo diario el pasado 5 de julio (versión electrónica) por Pablo Romero, se daba a conocer la presentación de un nuevo servicio de televisión por Internet, bajo la arquitectura de los sistemas p2p, llamado Zattoo.

Sus creadores, Sugih Jamin y Beat Knecht, han creado una plataforma que permite al usuario ver canales de televisión convencionales por medio de su ordenador personal. Simplemente se necesita descargar e instalar un software específico.

Con los sistemas p2p la señal de televisión se comparte entre todos los usuarios conectados al programa. Ahorrándose los problemas derivados de la distribución del video desde el servidor a los usuarios conectados al mismo.

Aunque Zattoo constituye una iniciativa interesante en lo que respecta a televisión por Internet, no deja de ser un simple traslado de la emisión en directo convencional a la red. No hay producciones multimedia ni herramientas que permitan la interactividad y participación de los usuarios en la plataforma.

Todas estas noticias, publicadas en Internet casi a diario, no hacen sino corroborar las hipótesis que defendemos muchos autores que nos dedicamos a investigar sobre la e-TV: está en auge y cada vez obtiene mayores “audiencias”<sup>1</sup> e importancias como canales de comunicación e información.

Entonces, ¿cuáles son las causas del desarrollo de la televisión por Internet? Primero el desarrollo del video streaming. Y segundo, el aumento de las conexiones de banda ancha.

El streaming permite reproducir un archivo de audio o video directamente desde la Web sin la necesidad de ser previamente descargado en un disco duro. En la wikipedia lo describen como una estrategia sobre demanda para la distribución de contenido multimedia por la red. La tecnología streaming descarga en el búfer o memoria caché de nuestro ordenador un mínimo de información para comenzar la reproducción. Seguidamente, el archivo se reproduce mientras se descarga el resto de la información.

Por otro lado los contenidos televisivos se traducen a código binario y, posteriormente, codifican a un formato de manera que puedan ser transportados por redes IP (Mena Muñoz, 2006).

La calidad del video streaming aún no ha alcanzado altas cotas como para equipararse a la calidad de la televisión digital terrestre o por satélite. Pero codecs, como el desarrollado por Flash (Flash Video Streaming), alcanzan ya una calidad más que suficiente para disfrutar de un buen programa de televisión u otro producto audiovisual por Internet.

Este verano, Antena 3, llevará a cabo un proyecto de televisión por Internet muy interesante, sobretodo, para los más futboleros. Emitirá por streaming todos los partidos de Champions Ligue en una plataforma desarrollada exclusivamente para tal fin.

Sergio Mena Muñoz, citando a AA.VV., pone otro ejemplo del aumento de las iniciativas de e-TV. Concretamente, la disposición de los capítulos pilotos de series de éxito como “Fat actress” y “Project greenlight”. “Fat actress” llegó a las 175 mil visiones por usuarios de Yahoo en sus primeros días.

---

<sup>1</sup> Entrecorriendo la palabra “audiencias” ya que considero que los usuarios actuales de Internet son más que audiencias, me refiero al fenómeno del llamado periodismo 3.0 y Web 2.0 en el que las audiencias son emisores de información y, a su vez, gestores de la misma (filtros informativos).

Es un hecho constatado el que la televisión convencional haya perdido un gran número de espectadores a causa del exponencial crecimiento en el uso de Internet, sobre todo en las generaciones más jóvenes familiarizadas con las nuevas tecnologías: Blogs, videoblogs, wikis, etc., ejemplos, todos ellos, de herramientas de participación ciudadana en la comunicación social a través de Internet.

La posibilidad de crear tu propia información teniendo como soporte estas nuevas plataformas digitales de distribución de señal, es una de las claves para conseguir una televisión ciudadana totalmente desligada de los grandes grupos de comunicación. Lugares en red donde poder acceder a información no mediatizada, libre y elaborada por el ciudadano de a pie, grupos o profesionales alejados de corrientes ideológicas y estilos que no sean los propios.

Pongamos como ejemplo a Current .tv, portal web de televisión, propiedad de Google, destacado site de la denominada "Televisión ciudadana". Esta web utiliza la misma fórmula de Youtube.com en la que los internautas, además de ver, tienen la posibilidad de "colgar" videos de realización propia u otros que estimen de interés<sup>2</sup>. La diferencia con youtube radica en que los contenidos para upload<sup>3</sup> respeten unos criterios y valores periodísticos que satisfagan el interés público. Por tanto, podemos decir que ya están puestas las bases para que podamos disfrutar del nuevo concepto de televisión, llegado de la mano del rápido desarrollo y amplia expansión de Internet.

En los próximos años está previsto que Internet reemplace al televisor como primer medio de información audiovisual. Media Center asegura que la información por Internet se caracterizará por una alta interactividad y transparencia de contenidos (Tiscar, 2005).

Estos nuevos hábitos de ver televisión otorgan al espectador un mayor dominio sobre los productos audiovisuales que desea consumir. Este fenómeno fue denominado por Rosen (2005) como egocasting: la capacidad de los espectadores para elegir y seleccionar posibilitada por Internet.

Se reconoce al espectador como un consumidor que, a la vez, asume responsabilidades de productor de contenidos con una proyección global. Lara Tiscar lo define como prosumers, usando el término acuñado en 1980 por Alvin Toffler.

Llegó la sustitución del modelo unidireccional típico de la televisión a la que estamos acostumbrados por un modelo multidireccional. Del que se deriva un problema, no poco, importante: la credibilidad de lo publicado. Pero apartando para otro momento este debate y sin hacer sombra sobre los beneficios aportados por estas nuevas técnicas de comunicación interactivas, pongamos como ejemplo de la participación ciudadana su importante contribución en desastres como el tsunami que devastó el sur de Asia o los atentados en el metro de Londres, abasteciendo a la red y a los informativos de todas las televisiones del mundo con materiales grabados desde videocámaras domésticas y teléfonos móviles.

Por tanto me uno a la afirmación de que Internet ha supuesto la llave de la democratización de la comunicación audiovisual, y de la comunicación en general. Hoy en día, cualquier persona con una cámara de video y un ordenador puede transmitir a todo el mundo imagen en movimiento, sonido, texto, etc.

Esta democratización es lo que, acertadamente, se ha hecho llamar como Web 2.0 y periodismo 3.0. Es decir, los internautas juegan un papel de receptor y emisor de información; bien audiovisual, escrita o multimedia. Además, sirven de filtros de la información que circula por la red, como ejemplifica la Web Menéame.net, en la que son los usuarios quienes componen el contenido de la página, de aquella información encontrada en otros sites y que crean son de importancia como para compartirlas con el resto de la comunidad. Palabra clave: comunidad. Una herramienta de comunicación e información en la que colaboran tanto los medios de comunicación

---

<sup>2</sup> Esto abriría un posible debate sobre derechos de autor

<sup>3</sup> Cargar archivos en la Web

clásicos (en su nuevo estado), como los internautas, dentro del nuevo proceso de comunicación multidireccional.

Retornando al caso que aquí nos interesa, la televisión online, parece pues demostrado, el auge de la televisión IP en todas sus vertientes. Las productoras audiovisuales y las cadenas de televisión invierten cada año más dinero y esfuerzo, no sólo en estar presentes en Internet, sino también en crear nuevos canales de distribución para sus contenidos y nuevos formatos televisivos diferenciados de la televisión convencional.

La televisión está en plena mediamorfosis, teoría definida por Roger Fidler en la que expresa cómo los nuevos medios no surgen por generación espontánea, sino, que son la metamorfosis de otros medios antiguos.

Esta teoría es aplicable al caso de la e-TV, teniendo en cuenta que es muy probable que la misma suponga un nuevo medio de comunicación muy distinto a la televisión convencional actual. Acercándose cada día más a lo que llamamos una verdadera “experiencia audiovisual”.

¿Eliminaremos de nuestro vocabulario cotidiano la palabra zapping? ¿El share de audiencias será el parámetro por el que se guiarán las televisiones para confeccionar sus parrillas? ¿Seguirán las televisiones confeccionando las parrillas de contenidos? ¿Qué pasará con el programador de televisión? ¿Desaparecerá, quedará reducido a casos concretos o se transformará en un nuevo profesional?

Éstas son solo algunas cuestiones que surgen del estudio de la e-TV y los cambios que ésta podría suponer.

A priori, podríamos enumerar unas cuantas características que diferencian a la e-TV o TVIP en general (no quiere decir que todas las iniciativas de e-TV posean estas características), de la televisión convencional. Estas características son:

- Digitalización de la imagen y el sonido: mayor capacidad para la transmisión de contenidos (mayor oferta).
- Integración de todos los soportes y canalización de todos los tipos de contenidos posibles. Es decir, un canal multimedia.
- Implementación de herramientas que posibiliten la interactividad y la participación de los internautas.
- Proceso de comunicación multidireccional (consecuencia directa de la tercera característica).
- Personalización de los contenidos (el espectador configura su parrilla). Tenemos la capacidad de seleccionar qué ver, cuándo, cómo y dónde (móviles o PDA). Rosen acuñó el término en 2005 de egocasting para definir al nuevo espectador de la televisión por Internet.
- Rompen los límites geográficos. Podemos ver desde cualquier rincón del mundo, que disponga de una conexión a Internet con la suficiente velocidad, una televisión de, por ejemplo, nuestra localidad.

Según un artículo publicado el 6 de julio del 2007 en la versión electrónica del diario económico Cinco Días por S. Millán, M. Jiménez, A. Ruiz del Árbol, según un estudio elaborado por la consultora iSuppli, la televisión por Internet aumentará este año sus ingresos un 177%. Por otro lado, Motorota indica que en Europa, un 45% de los televidentes también consumen servicios de televisión por Internet.

La animación supone en gran cantidad de iniciativas de e-TV un pilar fundamental dentro de sus contenidos. Siendo, en muchos casos, el único tema sobre el que gira toda la actividad del canal de televisión online.

Como es el caso de [Mundosdigitales.tv](http://Mundosdigitales.tv), ejemplo de e-TV temática sobre animación. Aprovechando la actividad del Internacional Animation Festival de La Coruña, LambdaStream, creó una e-TV temática en la que podemos tanto los cortometrajes participantes en el Festival, como conferencias y otros contenidos que estimen de interés, enfocados siempre al mundo de la animación.

A continuación, realizaremos un análisis más profundo de [Mundosdigitales.tv](http://Mundosdigitales.tv) como ejemplo de la animación como motor de e-TV temática.

## 2. El caso de [www.Mundosdigitales.tv](http://www.Mundosdigitales.tv) y [LambdaStream](http://LambdaStream)

[www.Mundosdigitales.tv](http://www.Mundosdigitales.tv) pertenece a una plataforma de televisión por Internet llamada [Youlike.tv](http://Youlike.tv) y creada por [LambdaStream](http://LambdaStream), empresa gallega con sede en La Coruña. A esta plataforma también pertenecen otras televisiones online como [www.canaldeportivo.tv](http://www.canaldeportivo.tv) , [www.coruna.tv](http://www.coruna.tv) , [www.culleredo.tv](http://www.culleredo.tv); formando una red de televisiones online que pretende ser ampliada con otras iniciativas en los próximos meses.

Es la primera red de televisiones por Internet en España, permitiendo distribuir sus servicios a través de descodificadores de televisión IP o por el ordenador. [LambdaStream](http://LambdaStream) da la posibilidad, a los proveedores de contenidos audiovisuales, de comercializar sus productos por medio de una infraestructura ajena, ahorrándose por tanto, las grandes inversiones que suponen la compra de equipos necesarios para el funcionamiento de una televisión a través de Internet.

[LambdaStream](http://LambdaStream) ha iniciado un proyecto de expansión muy ambicioso con la proyección de apertura de oficinas comerciales internacionales en Madrid, Singapur, Rusia y Oriente Próximo. Además de la ampliación de su accionariado con la apertura de la empresa a nuevos socios inversores.

Inició su actividad en 2003 como "spin-off" del grupo MADS de la Universidad de A Coruña. Apoyada también por la Xunta de Galicia por medio de las ayudas al Plan Gallego I+D+i, [LambdaStream](http://LambdaStream) es una empresa líder en Vídeo Bajo Demanda (VoD) gracias a su novedosa familia de productos VoDKA.

En definitiva, una empresa ejemplar dentro del proceso de configuración de la nueva sociedad de la información. Proveyendo a nuestro país de interesantes iniciativas de televisión online dignas de ser estudiadas a modo de ejemplo a seguir por empresas e instituciones interesadas en la e-TV y la televisión IP.

Según los comunicados de la empresa, la plataforma [Youlike.tv](http://Youlike.tv), creada en mayo de este mismo año, constituye un perfecto complemento para la Televisión Digital Terrestre ya que puede llegar a zonas en las que la TDT no puede dar cobertura.

[inVoDKA.tv](http://inVoDKA.tv) es la tecnología usada por [LambdaStream](http://LambdaStream) para sus servicios de televisión por Internet a través de un navegador y dirigido al ordenador personal. Dentro de una familia de adelantados productos de video y televisión por Internet, IP y móvil llamados VoDKA.

Como hemos afirmado en varias ocasiones, Internet será el gestor mediático del siglo XXI, por tanto, tomará el control de la televisión, o mejor dicho, creará una nueva televisión más personalizada, interactiva, participativa y móvil.

LambdaStream aprovecha estas circunstancias para emprender proyectos innovadores que afronten los retos que se presentan en estos años de cambio. Se erige como uno de los mayores exponentes de televisión personal interactiva: televisión para teléfonos móviles, Internet, IPTV, cable, broadcast y virtual Billboard (cartelera virtual).

Esta innovadora empresa, sin apenas competencia en algunos de sus sectores, declara el fin de la televisión convencional en beneficio de la revolución de la televisión digital para 2008.

Una televisión cada vez más personal, hecha a medida, bien de manera manual por nosotros mismos, o bien de manera automática, como por ejemplo, realiza el motor de “inteligencia artificial” de otra novedosa televisión online española llamada [adnstream.tv](http://adnstream.tv). Este motor registra en una base de datos todos los contenidos que vemos y la valoración que hacemos de ellos, realiza un promedio y cada vez que iniciamos sesión en la Web, nos ofrece aquellos contenidos de las temáticas más vistas y mejor valoradas.

Cada vez se venden más series y películas a través de Internet; en Youtube se ven más de 100 millones de videos al día; la plataforma Joost ya ofrece una calidad de imagen casi similar a la del DVD convenciendo a la CBS para emitir contenidos por su canal; Nokia incrementa sus inversiones en el desarrollo de móviles con alta capacidad de reproducción de televisión; la arquitectura p2p hace presencia en la e-TV permitiendo el acceso a millones de televisiones de todo el mundo a través de Internet, compartiendo la señal de televisión por todos los usuarios conectados.

Un dato significativo, el 43,8% de los usuarios de Youtube –el portal de videos más popular del mundo- tienen menos de 34 años (Benítez, 2007). Los jóvenes huyen de la televisión tradicional y se refugian en Internet, consumiendo gran cantidad de contenidos audiovisuales a través de la red. Sin embargo, la televisión tradicional conserva un perfil envejecido, de bajo poder adquisitivo y femenino; haciéndose evidente cuando analizamos las parrillas de televisiones, como por ejemplo, Canal Sur. En Internet hay una audiencia atractiva para los anunciantes: jóvenes, con poder adquisitivo.

Pero hasta el momento, televisiones como Telecinco, según declaraciones hechas a la revista económica Capital por su consejero delegado Paolo Vasile, se mantienen a la expectativa de qué es lo que pasará con la televisión y su convergencia hacia Internet.

Otras televisiones convencionales como Antena3 llevan a cabo tímidas iniciativas de televisión online<sup>4</sup> como Tuclip, en la que los espectadores pueden cargar en la Web videos de elaboración propia; Tucanaltv, portal que distribuye extractos de canales de TDT como Neox o Nova; y por último, el propio canal abierto en Youtube. Pero todas estas iniciativas están enfocadas a la promoción de la cadena más que a la creación de una verdadera experiencia televisiva por la Red.

Pero la televisión online no solo supone nuevos retos y oportunidades para las grandes cadenas de televisión, también para otros sectores, instituciones o asociaciones, que por unos 60000 euros pueden poner en marcha televisiones propias por Internet, por medio de empresas como la que en este estudio analizamos, la gallega Lambdastream, que ponen a disposición de sus clientes toda la infraestructura y personal técnico necesarios para ponerlas en marcha.

Diputaciones, ayuntamientos, consejerías, patronatos de turismo, asociaciones, ONGs, etc., ponen en marcha televisiones online por las que transmitir contenidos propios para la difusión, promoción e información de sus actividades.

Con Internet la televisión no es cuestión de unos pocos, sin considerar aquellas televisiones que buscan la integración de la comunidad internauta en sus actividades. Si dispones de 60000 euros,

---

<sup>4</sup> Personalmente no considero televisión online iniciativas como Tuclip de Antena3

una inversión insignificativa en proporción a la necesaria por una televisión convencional, ya tienes tu propio canal de televisión.

Otro tema en el que se especializa Lambdastream es la televisión en el móvil u otros dispositivos como PDAs. Profesionales, como Ignacio Manzanares, responsable en España de televisión en el móvil, declaraba en un artículo escrito en la, anteriormente citada, revista Capital “las televisiones están preocupadas porque los jóvenes no les ven. Pueden llegar a ellos a través del móvil. Y, además, pueden conectar con el público en general sin la necesidad de esperar a que salgan del trabajo”.

Para principios del próximo año, se espera el inicio de la explotación comercial de la TDT para el teléfono móvil. Actualmente trabajan en las redes y la asignación de las licencias.

Asia es la zona donde más desarrollado está el uso del video en el móvil, por ejemplo, en Japón y Corea ven como media unos 30 minutos de televisión por el móvil, gracias en parte a que allí ya tienen regularizado el estándar DVB-H (la TDT móvil).

En España se realizan muchas pruebas respecto a televisión y video por móvil, el promedio de visionado se encuentra actualmente en unos 20 ó 30 minutos, pero se espera que se llegue a una hora según los pronósticos más optimistas. Vodafone con Digital + y Orange con Filmax ofrecen ya, películas para el móvil.

Aunque una de las mayores preocupaciones de los ejecutivos audiovisuales es el disparado crecimiento de contenidos generados por los usuarios. Cada día adquieren más fuerza este tipo de videos en Internet, por lo que el reto para las cadenas y productoras radica en la localización y distinción con facilidad de esos contenidos. En esta línea trabaja Lambdastream al desarrollar guías electrónicas de servicios, de modo que cada vez que el usuario se conecte a Internet pueda encontrar en estos “teleprogramas” aquello que deseaba encontrar (o lo que simplemente se ofrece) de manera sencilla sin tener que embarcarse en profundas búsquedas por los mares de contenidos de Internet.

Además, en Lambdastream se investiga para entender mejor al espectador desarrollando tecnologías que permitan a las propias televisiones elegir los contenidos que más se ajusten al perfil del espectador (Sangio, 2007), como en el ejemplo de adnstream.tv descrito anteriormente.

La televisión será algo personal, no como las convencionales de siempre, las cuales ofrecen un contenido secuenciado, programado e invariable a una masa heterogénea y pasiva.

En la e-TV (ordenador, Móvil o IP) podrás ver lo que quieras, cuándo y dónde quieras. Según una lista de preferencias configuradas por el usuario con anterioridad y el registro de las valoraciones que realiza, o no, de los programas vistos.

Lambdastream, con sus proyectos de televisión online como la plataforma Youlike.tv, pretende ser el líder mundial de la televisión personal según declara, en una entrevista en la revista Capital, Óscar Sacristán, gerente de la empresa.

El inicio de dicha plataforma de televisión por Internet se encuentra en un grupo de investigación creado en la Facultad de Informática de la Universidad de A Coruña en 1999, donde desarrollaron la tecnología apropiada denominada VoDKA (video on Demand Kernel Architecture).

El grupo de investigación creció gracias al apoyo de los fondos FEDER y de una empresa gallega de cable llamada R, proponiendo nuevos proyectos de televisión relacionados con las nuevas tecnologías de la comunicación.

En poco más de tres años su crecimiento ha sido espectacular, dejando atrás los tiempos en los que la empresa se componía solamente por dos empleados y el apoyo de un grupo de estudiantes, a tener más de 20 empleados y la colaboración de varios grupos de investigación. Además, han empezado el asalto a mercados extranjeros con un ambicioso proyecto de expansión.

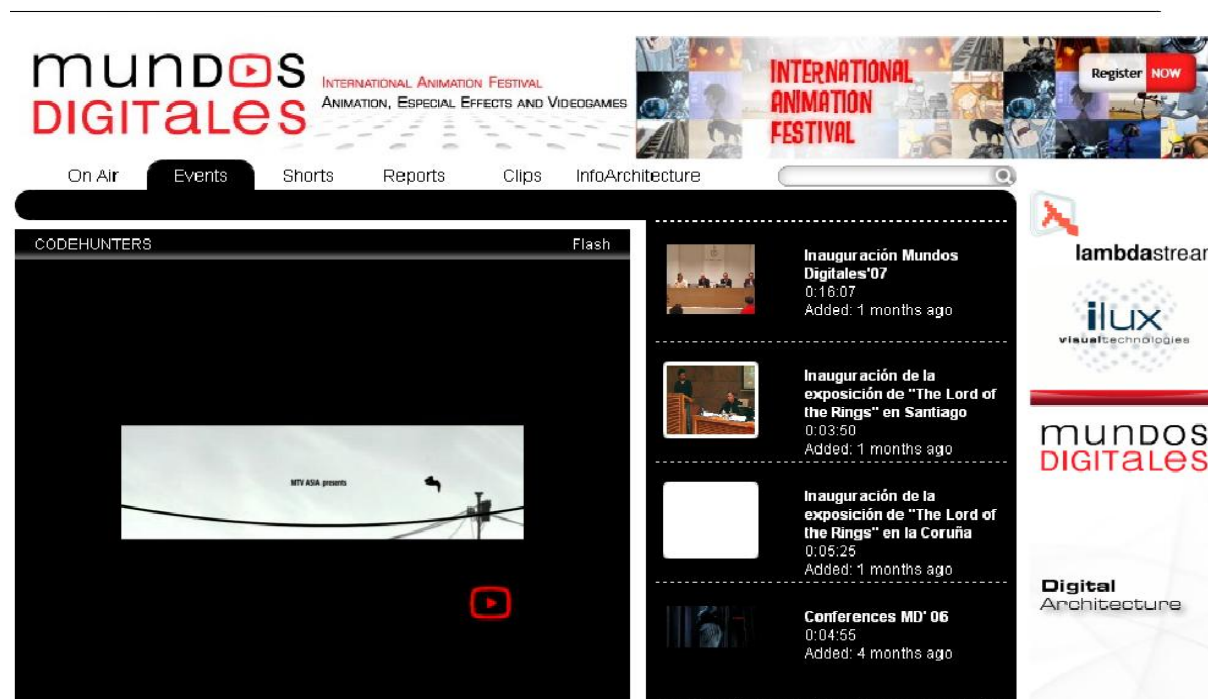
Estamos ante una empresa a la vanguardia de la televisión por Internet por ordenador, móvil e IPTV. La cual ha iniciado proyectos de e-TV muy interesantes como la que en este trabajo nos incumbe: [www.mundosdigitales.tv](http://www.mundosdigitales.tv). La televisión online temática española, centrada exclusivamente en el mundo de la animación, más interesante hasta la fecha.

Aprovecha el Festival de Animación Internacional de La Coruña para emprender un canal en el que difundir todos los cortometrajes presentados, videos de las conferencias, mesas redondas, exposiciones y otros eventos desarrollados por la organización del festival.

En el próximo epígrafe desarrollaremos un análisis descriptivo de [www.mundosdigitales.tv](http://www.mundosdigitales.tv) para hacernos a la idea de cómo algunas empresas hacen televisión online en este preciso instante.

### 3. Análisis descriptivo de [www.mundosdigitales.tv](http://www.mundosdigitales.tv)

#### 3.1. Portal de inicio



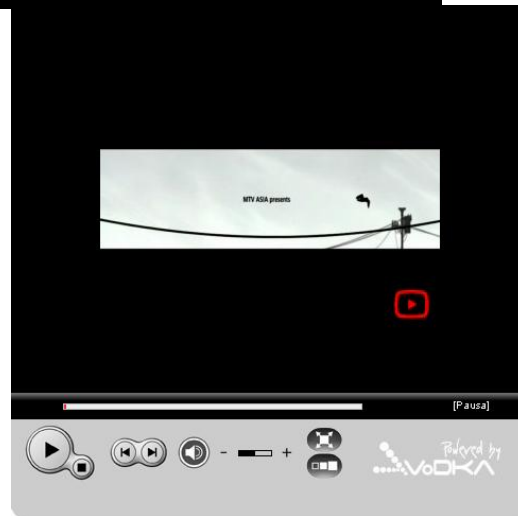
En el

portal de inicio encontramos en centrada en la pantalla el reproductor de los contenidos y a su izquierda la parrilla o listado con los diferentes videos disponibles.

En la parte superior al reproductor dispones de los botones que dan acceso a las diferentes secciones de la página. Estas secciones son: en directo, eventos, cortos, reportajes e infoarquitectura.

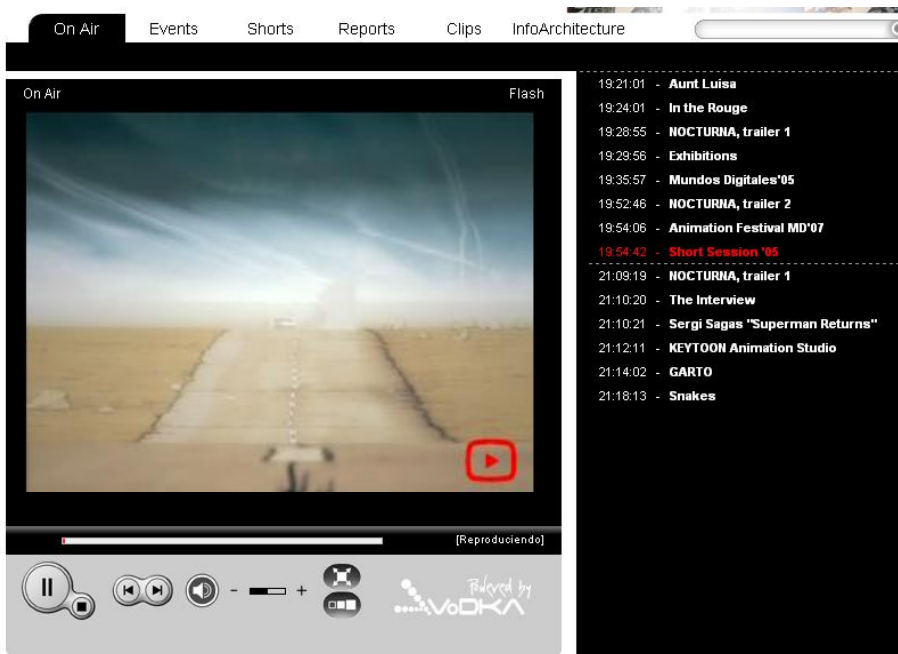
Todas ellas secciones independientes lógicamente, pero con el mismo diseño de página, es decir, no cambiamos a otras página al acceder a una u otra sección, sino, que los contenidos propios de cada sección se cargan en la página general. Creando de esta manera una sensación de unidad y de control total de la navegación por parte del usuario.

Además, permite que los usuarios suban, o mejor dicho, carguen en la Web aquellos trabajos de animación creados por ellos mismos y estimen sean de interés y oportunos para ser exhibidos en [www.mundosdigitales.tv](http://www.mundosdigitales.tv).



### 3.2. On air

[www.mundosdigitales.tv](http://www.mundosdigitales.tv) ofrece al internauta la posibilidad de consumir video bajo demanda o contenidos de televisión de manera convencional: secuencia lineal de programas emitidos a un horario concreto.



A la derecha de la pantalla de reproducción se nos muestra la parrilla de programas que se emiten durante el día en cuestión.

### 3.3. Events

En esta sección tenemos acceso a todos aquellos eventos relacionados con el mundo de la animación y del Festival que son exhibidos en la Web, siendo la sección más informativa de la televisión.

### 3.4. Shorts

Shorts es la sección dedicada en exclusiva a cortometrajes de animación. En ella se exponen los cortos concursantes dentro del Internacional Animation Festival, así como los ganadores, destacados de ediciones anteriores y aquellos sean de interés según el criterio de la organización.

### 3.5. Reports

Tiene una finalidad muy parecida a la del apartado de eventos, solo que la temática y el tratamiento son mucho más variados. En los reportajes cabe de todo, desde reportajes sobre proyectos de animación en curso, maestros de la animación, temáticas concretas en la historia de la animación, etc., todo aquello que los responsables de mundosdigitales.tv puedan imaginar.

### 3.6. Clips

Esta sección se dedica a videos de corta duración, desde los 30 segundos a poco más de los 2 minutos. Un contenedor en el que ubicar aquellos contenidos breves como pueden ser tráilers de películas o videos peculiares, más que para entretener y despertar la curiosidad de los espectadores.

### 3.7. Infoarchitecture

Centrada exclusivamente en el uso de la animación digital en proyectos arquitectónicos. Videos en el que muestran vistas 3D de edificios en proyecto, usando las últimas técnicas del modelado y la animación en tres dimensiones por ordenador.

## 4. Conclusiones

Se trata del futuro de la televisión, el medio de comunicación de masas más influyentes del siglo XX y de los que llevamos del XXI. Solo que en estos últimos años la televisión ha entrado en proceso de evolución debido a la digitalización e Internet. Evolución hacia un nuevo medio de comunicación multidireccional -comunitario-, personalizado, interactivo, participativo y globalizado<sup>5</sup>.

El auge de la banda ancha y el video streaming han permitido un desarrollo espectacular de la televisión y el video por Internet. Alcanzando en las últimas iniciativas de televisión online gran calidad de imagen casi similar a la del DVD.

<sup>5</sup> Concretamos: globalizado teniendo en cuenta que solamente en nuestro país la penetración de Internet está en el 43,3% de la población, por debajo de la media europea, situándonos en el 18º puesto mundial. En los países no desarrollados, donde no saben si podrán comer cada día, Internet es inexistente.



**Inauguración Mundos Digitales'07**  
0:16:07  
Added: 1 months ago

---



**Inauguración de la exposición de "The Lord of the Rings" en Santiago**  
0:03:50  
Added: 1 months ago

---



**Inauguración de la exposición de "The Lord of the Rings" en la Coruña**  
0:05:25  
Added: 1 months ago

---



**Conferences MD' 06**  
0:04:55  
Added: 4 months ago

[www.mundosdigitales.tv](http://www.mundosdigitales.tv) constituye uno de los proyectos más avanzados de e-TV de nuestro país. Combinando las últimas tecnologías de VoD y la emisión lineal clásica de televisión, todo por la misma plataforma a gusto del espectador.

Pero hemos de decir que [www.mundosdigitales.tv](http://www.mundosdigitales.tv) supone una excepción dentro del panorama de la televisión online española. Muy por detrás de países pioneros como EEUU, Gran Bretaña o Francia, donde se desarrollan iniciativas muy interesantes e innovadoras que incluyen los nuevos conceptos traídos del desarrollo de la Web 2.0 y el Periodismo 3.0. o ciudadano. Trasladándolo a la televisión estaríamos hablando de televisión ciudadana, como por ejemplo, el proyecto apoyado por Al Gore, Current.tv. En la que el 25% del total del contenido audiovisual de la Web lo aportan los espectadores, con la posibilidad en último extremo de emitir sus reportajes por la cadena de televisión convencional (por cable y satélite) y de pertenecer al exclusivo equipo de reporteros.

En España la mayoría de televisiones online pertenecen a cadenas tradicionales que ya emiten, bien por aire o cable, y que se limitan a trasladar su emisión “ancestral” por las redes de Internet, simplemente un “trasvase” a Internet de sus contenidos lineales.

Pero páginas como [www.mundosdigitales.tv](http://www.mundosdigitales.tv) nos hace pensar en que el futuro será distinto y atractivo. Que solo nos encontramos en el umbral de la e-TV en España, avanzando en la, ya empezada, mediamorfosis de la televisión, hacia una verdadera y única experiencia audiovisual.

**Palabras clave:** Web, televisión, Internet, digital.

## 5. Bibliografía

- *Pérez de Silva, Javier*. (2000). La televisión ha muerto: la nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial. *Barcelona: Gedisa*.
- Ramonet, Ignacio. (2002). La post-televisión: multimedia, Internet y globalización económica. *Barcelona: Icaria*.
- Benítez, Jordi y Sangiao, Antonio. (2007). Internet toma el mando de la tele. *Revista económica Capital*. Nº 81, 14-20.
- Piscitelli, Alejandro. (1998). Post/televisión: ecología de los medios en la era de Internet. *Buenos Aires: Paidós*.
- Cebrián Herreros, Mariano. (2004). Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet. *Barcelona: Paidós*.
- Islas, Octavio. (2006). La mediamorfosis de la televisión e Internet desde la óptica macluhaniana. *Colombia: Revista Colombiana de Telecomunicaciones*. Vol. 16, edición 41.
- Mestre Pérez, Rosanna. (2004). La televisión ha muerto. ¡Viva la televisión! Sobre la interactividad en la televisión. *X Congreso de la Asociación Española de Semiótica: ISBN 84-95301-88-1*, pags. 829-840.
- Cabero Almenara, Julio. (2005). ¿Pero sigue existiendo la televisión? La televisión en un Universo global de la Comunicación. *Comunicar*, 25, 57-62, ISSN: 1134-3478.
- Roig Telo, Toni. (2005). Arte, Internet y la reinención de la televisión: el caso TV Swansong. *Universidad de Sevilla. Atenea Digital*, 7, ISSN: 1578-8946.

- Ruano López, Soledad. (2003). La televisión: un elemento clave en la construcción de la sociedad de la información. Luces en el laberinto audiovisual. Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación. ISBN: 84-930045-4-5.
- Tiscar, Lara. (2005). Hacia una televisión más participativa. Universidad Carlos III de Madrid. <http://tiscar.com/2005/11/23/television-y-participacion>.
- Mestre Pérez, Rosanna. (2005). Retos de la televisión interactiva. Televisió i radio a l'era digital, vol.2, 7, 673-686.
- Millán Paredes, Tatiana y Ruano López, Soledad. (2005) De la televisión al negocio multimedia: Las nuevas opciones digitales. Fisec-estrategias,Año I N°1 , FISEC. ISSN 1669- 4015.
- Negroponte, Nicholas (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Edicionesb.

## 6. Publicaciones electrónicas:

- *Gates augura que Internet revolucionará la televisión en los próximos cinco años*. [on-line]. Enero 2007. <http://www.elmundo.es/navegante/2007/01/29/tecnologia/1170063702.html>. [31 enero 2007].
- Romero, P. *Tele a través de Internet*. [on-line]. Julio 2007. <http://www.elmundo.es/navegante/2007/07/05/tecnologia/1183641663.html>. [5 de julio 2007].
- *Nace una nueva plataforma española de TV por Internet*. [on-line]. <http://www.sateliteinfos.com/actu/tema.asp/q/iptv>. [19 de julio 2007].
- *Los índices de penetración de Internet en España no han cumplido las previsiones ocupando la 18º posición a nivel mundial*. [on-line]. Julio 2007. [http://www.acceso.com/display\\_release.html?id=34037](http://www.acceso.com/display_release.html?id=34037). [19 de julio 2007].
- Millán, S., Jiménez, M., Ruiz del Árbol, A. *La televisión personal en internet crea su industria*. [on-line]. Julio 2007. [http://www.cincodias.com/articulo/empresas/television/personal/internet/crea/industria/cdssec/2007070 .\[20 julio 2007](http://www.cincodias.com/articulo/empresas/television/personal/internet/crea/industria/cdssec/2007070 .[20 julio 2007)
- *Lanzamiento de YouLike.TV, primera plataforma de TV por Internet en España*. [on-line]. Julio 2007. <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/207339/06/07/Lanzamiento-de-YouLikeTV-primera-plataforma-de-TV-por-Internet-en-Espana.html>. [20 julio,2007].