

Quince años de internet en 300 vídeos

Un libro documenta los cambios en el consumo audiovisual a partir de producciones decisivas en la historia de la red y los móviles

Tecnología | 18/02/2012 - 13:21h

J. L. Micó

Un libro recopila más de 300 **producciones audiovisuales** que han sido relevantes en la historia de internet y los dispositivos móviles. La selección, obra del profesor universitario **Cinto Niqui**, condensa 15 años de trabajo, ya que se abre con la primera videoconferencia de la Engineering Task Force en 1995 y concluye con las últimas ediciones del **Mobile World Congress** de Barcelona. Entre ambos hitos, el lector de la [Cronologia dels primers 15 anys d'audiovisual a Internet](#), publicado por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), encontrará películas y programas de televisión convencionales, tráilers y videoclips, series para la red y para los móviles, arte electrónico y material generado por usuarios.

La convivencia entre piezas tan heterogéneas como los filmes de Star Wars, las retransmisiones de los partidos de fútbol del mundial de Corea del Sur y Japón que llevaron a cabo Yahoo! y la FIFA en 2002, los episodios de *Qué vida más triste* (2005) antes de saltar de la web a la televisión o el videoblog satírico Wallstrip se desarrolla en los capítulos de este manual con la misma naturalidad que se da en internet. Gracias a ejemplos como éstos, el autor, que dirige y presenta el programa [L'altra ràdio](#) en Radio Nacional de España-Ràdio 4 y que esta misma temporada ha sacado al mercado otro libro con la UOC –La comunicación es vida–, documenta las transformaciones en el consumo audiovisual desencadenadas por la popularización de la red y los teléfonos inteligentes.

Según la oficina estadística de la Comisión Europea, Eurostat, la mitad de la población de los países de la Unión se conectaba a la web en 2010 todos los días. Esta misma fuente revela que cuatro de cada diez internautas consideran que el acceso a los vídeos se ha incrementado gracias a esta plataforma. No en vano el 86% de los estadounidenses ve seis producciones de este tipo –de unos cuatro minutos de duración– cada semana, de acuerdo con un estudio de la empresa especializada Forrester Research. Otra compañía de investigación de mercados, Gfk, indicaba que ya en 2009 el 48% de los usuarios españoles de más de 15 años elegía contenidos audiovisuales.

A partir de estos datos, Niqui, docente en la Universitat Ramon Llull, la Universitat Autònoma de Barcelona y la Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya,

señala que al público de hoy no le basta con una oferta mayor, sino que también quiere "participar e intervenir activamente" en lo que ve y escucha a través de las nuevas pantallas. Además, añade el experto, ahora "ya no es imprescindible disponer de una gran financiación para acometer un proyecto modesto, desde el punto de vista de la producción, lo cual no significa que lo sea creativamente". La obra, que apenas supera las 250 páginas, refleja igualmente la efervescencia en el intercambio de ficheros entre iguales o peer to peer (P2P).