

Dossiers

ISSN 2014-1475

Reseña del libro *Medi@tic. Anàlisi de casos de tecnologia i mitjans* de David Fernández-Quijada (ed.)



Elaborada por Ignacio Bergillos (Centre d'Ensenyament Superior Alberta Giménez. Universitat de les Illes Balears)

Medi@tic. Anàlisi de casos de tecnologia i mitjans, editado por David Fernández-Quijada y publicado por la Editorial UOC, presenta ocho estudios de caso sobre el impacto de las TIC en la comunicación. Estos análisis se aproximan al DAB, al podcasting, a la televisión interactiva, a la televisión híbrida, al vídeo en la web 2.0, a la influencia de Internet en las rutinas productivas de las redacciones periodísticas, al fenómeno de los SMS o a la empresa Apple y explican su éxito y/o fracaso. Los capítulos, firmados por profesores y expertos de diferentes universidades y centros de investigación, contribuyen al conocimiento aplicado de este objeto de estudio desde un punto de vista sociocéntrico.

La influencia que el desarrollo tecnológico ha ejercido en los medios es uno de los fenómenos que más atención ha recibido de la investigación en los últimos años. Además, está obteniendo un notable protagonismo en los planes de estudio de ciencias de la comunicación, toda vez que la tecnología se ha convertido en un elemento fundamental en diferentes procesos de producción, distribución o recepción de información y contenidos. Sin embargo, la literatura que se centra en este objeto de estudio ofrece en ocasiones análisis precipitados y deterministas que, distraídos por la inmediatez de los procesos, no consiguen analizar completamente la configuración profunda de los cambios, en los que factores reguladores, industriales y sociales juegan un papel relevante. No es el caso de *Medi@tic*, que en ese sentido cubre una importante laguna. El libro coordinado por David Fernández-Quijada no es sólo un manual útil para docentes y estudiantes de comunicación, sino una conveniente reflexión sobre la compleja relación entre la tecnología y los medios en un momento de constante evolución.

La obra está dividida en nueve capítulos con una estructura similar: introducción a la tecnología, innovación o estándar tecnológico estudiado, historia de su desarrollo y principales agentes implicados, en tercer lugar un análisis de las razones de éxito o fracaso y por último las conclusiones del estudio. Además, ofrecen referencias al final de cada texto, una bibliografía comentada específica para cada caso y unas preguntas abiertas para el debate o la reflexión. Docentes, estudiantes y lectores que se acerquen por primera vez a este campo podrán encontrar en *Medi@tic* una aproximación actual y actualizada a la relación entre tecnología y comunicación, con textos que explican los principales conceptos y aportan referencias especializadas a las diferentes áreas estudiadas.

En el primer capítulo, el propio Fernández-Quijada realiza una introducción de los contenidos del libro, su estructura y la perspectiva de análisis. Es en este apartado inicial donde queda demostrado el interés de la obra, que se apoya sobre tres ejes fundamentales. Por un lado, la perspectiva crítica que huye del determinismo tecnológico para incluir en el análisis factores sociales, políticos, económicos o reguladores. Por otro, la visión histórica de la tecnología para aportar una necesaria contextualización a un estudio que se enfrenta al presente, pero sin olvidar el pasado. Por último, la estructura de la obra, cuyos textos se interrelacionan a diferentes niveles y permiten una lectura transversal, dependiendo del interés del lector.

En el primer estudio de caso, Montse Bonet, profesora titular de la UAB, analiza el estándar de radio digital DAB. Y lo hace no sólo desde sus características técnicas, sino como punto de partida para

explicar la importancia del estudio de un estándar a partir de las políticas públicas, el modelo de negocio o las necesidades sociales de uso. Sin salir de la industria de la radio, en “Podcàsting: a la recerca de l’oient perdut”, Toni Sellas, profesor de la Universitat Internacional de Catalunya, presenta el podcasting como un fenómeno prometedor en sus inicios, pero que afronta un futuro incierto en el ámbito profesional por culpa del desaprovechado uso que hace la industria de este recurso que en pocos años ha tenido una importante penetración en entornos amateur.

El propio David Fernández-Quijada firma el cuarto capítulo, que profundiza en el análisis de la televisión interactiva. Esta tecnología, con un largo recorrido en la época analógica del medio, no se ha conseguido establecer –al menos en nuestro país–, por culpa, entre otros, de “modelos de negocio inadecuados, políticas de estandarización equivocadas y experiencias de usuario muy limitadas” (p.16). El quinto capítulo es la continuación lógica del anterior, pues aborda el desarrollo e implantación de una tecnología muy relacionada con la televisión interactiva: la televisión híbrida. Roberto Suárez, investigador posdoctoral en el Hans Bredow Institut für Medienforschung de Hamburgo, lleva a cabo una interesante introducción al fenómeno de la televisión conectada. A pesar de estar en una fase temprana de implantación, el análisis de procesos como la digitalización del sistema televisivo, el aumento de la penetración de la banda ancha o el desarrollo de la tecnología móvil indica que la televisión híbrida puede jugar un papel relevante en las nuevas lógicas de distribución de contenidos, en la definición de los modelos de negocio y en los patrones de consumo (p.113).

Xavier Ribes, profesor de la Universitat Autònoma de Barcelona firma el sexto capítulo, dedicado al vídeo en Internet. Tal y como explica el autor, la presencia de contenidos audiovisuales en la red está ligada a la evolución tecnológica (de compresión por un lado y de velocidad de distribución por otro), pero también a cuestiones legales. Por otro lado, la entrada enérgica de la llamada web 2.0 en este entorno ha catalizado la aparición de nuevas experiencias y formas de expresión. Las nuevas prácticas de los usuarios (blogs, redes sociales, *user-generated content*, participación, ...) se añaden a los servicios ya existentes para influir en el futuro del sector.

El impacto de Internet en los medios de comunicación ha sido especialmente relevante en el caso de las rutinas productivas de las redacciones periodísticas. Pere Masip, profesor de la Universidad Ramón Llull, elabora un análisis del impacto de Internet en las redacciones en general y las catalanas en particular y explica cómo ha repercutido en el desarrollo del perfil del periodista en un entorno digital, donde conceptos como distribución multiplataforma, participación o *gatekeeping* ganan un especial protagonismo. Sin embargo, estos cambios en pautas de trabajo, a pesar de sus ventajas e inconvenientes, no parecen ser suficientes para confirmar que la esencia del periodismo se esté alterando.

El octavo capítulo está firmado por la investigadora Noelia Salido, que se aproxima al caso del SMS como ejemplo paradigmático de cómo los usos sociales marcan el devenir de una tecnología, aunque las expectativas asociadas a ésta fueran diferentes. A pesar del inesperado éxito que llegaron a obtener, hoy en día los mensajes SMS de móvil están amenazados por la aparición de métodos alternativos de comunicación, basados sobre todo en las posibilidades que ofrece la telefonía móvil con acceso a Internet.

Por último, Carles Llorens, profesor de la Universitat Autònoma de Barcelona estudia en el noveno capítulo el caso de Apple como empresa líder y ejemplo de éxito. Su adaptación al entorno de convergencia, a partir de la innovación tecnológica y las lógicas propias de distribución y comercialización, ha permitido a la empresa estadounidense consolidarse como una de las principales compañías del escenario de convergencia actual.

En resumen, este manual no sólo aporta casos aplicados para docentes y estudiantes de comunicación sino que, además, contribuye al estudio crítico sobre del impacto de las TIC en la comunicación. Más allá de los propios textos, que son claros, cabales y exhaustivos, es destacable la transversalidad de los análisis, que a pesar de tener la tecnología como elemento común, pueden ser aplicados a otros ámbitos. De los capítulos se desprende información interesante para estudios sobre estructura de la comunicación, políticas públicas, convergencia o el papel de los usuarios. A la espera de que se publique una edición en castellano (o –¿porqué no?– en inglés) que permita a esta obra alcanzar un público más amplio, *Medi@tic* es, en definitiva, un libro oportuno para el estudio de la tecnología en un momento de importantes transformaciones en el mundo de los medios de comunicación.

Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2012

Institut de la Comunicació (InCom-UAB)

Edificio N. Campus UAB. 08193 Cerdanyola del Vallès (Barcelona)

Tif. (+34) 93.581.40.57 | Fax. (+34) 93.581.21.39 | portalcom@uab.cat