

Reseña

Daniel B. Britton y Stephen McGonegal

The Digital Economy Fact Book

The Progress & Freedom Foundation. Washington, 2007. 188 pp.

La interpretación de datos es una disciplina que hay que tomar con pinzas porque dependiendo de cómo se lean, las cifras pueden decir una cosa o exactamente su contrario. En todo caso, *The Digital Economy Fact Book* es una excelente recopilación de cifras sobre el mundo de la economía digital, sus usuarios y las principales empresas beneficiadas.

Hecha esta salvedad, paso a meterle el diente a la obra: La principal revelación que este trabajo me ha proporcionado ha sido el confirmarme que un “nuevo tablero” se ha abierto en el panorama de las empresas mediáticas: la distribución. Según mi profesor de planificación y estrategia, Ricardo Mateo (2007), cuando en un sector alguien hace de una parte de tu negocio *SU* negocio, ha abierto un nuevo tablero y debes pensarte seriamente si transformar tu empresa para que compita también en ese tablero o subcontratar esa nueva prestación.

Hasta ahora un medio de comunicación se consideraba especialista en generación y distribución de contenidos como si se tratara de la misma cosa, pero la economía digital ha posibilitado que las otrora tradicionales empresas mediáticas (prensa, radio, televisión e Internet), empiecen a competir –en el ámbito de la distribución- con otras compañías todavía más antiguas y con mayor tradición: Las empresas telefónicas.

Para ningún empresario es un secreto que las ventas de aparatos móviles representan uno de los hitos más revolucionarios en el sector de las tecnologías en el siglo XXI. Su alta penetración no tiene precedentes y las cifras proporcionadas convierten a este dispositivo en el soporte por excelencia de esta nueva era. Hoy, por un teléfono móvil no sólo se puede leer noticias y consultar Internet, sino que también se puede escuchar radio, ver televisión y comprar y vender acciones de la bolsa.

Si el teléfono móvil es el principal instrumento de conexión y exposición del siglo XXI, entonces, la televisión ha sido destronada como el canal más importante y lo que cuenta a partir de hoy son los contenidos que circulen por ese aparato.

La novena edición de *The Digital Economy Fact Book* proporciona un análisis de los hechos fundamentales con los cuales se puede empezar a analizar este fenómeno del que les hablo en un contexto muy bien documentado de la compleja economía digital.

Y aunque una obra no debe ser para nada valorada por una de sus partes, es mi obligación como reseñador mostrar lo que este trabajo tiene de interesante para

investigadores de la comunicación, que como yo siguen interesados en registrar y reflexionar sobre los principales acontecimientos de nuestro sector.

Además de lo expuesto, otro argumento para tomarse unos minutos y considerar esta obra es el respaldo de la editorial de *The Progress & Freedom Foundation*. Un *think tank* de mercados potenciales y en crecimiento que elabora propuestas sobre nuevas políticas para la era digital. Su prestigio no sólo es considerable dentro de los Estados Unidos, sino que al mismo tiempo es garantía de un trabajo sólido y serio alrededor de un entorno tan cambiante como el de los medios digitales.

La preocupación fundamental de esta institución versa sobre el impacto de los cambios tecnológicos en la sociedad y para ello fue fundada en 1993 con capital privado y sin fines de lucro, únicamente financiada por donaciones que se someten a reducción de impuestos.

Para facilitar su lectura la obra ha sido dividida en siete apartados fundamentales:

1. El crecimiento de Internet.
2. El sector del Hardware.
3. El sector de la Comunicación.
4. Los medios digitales.
5. El comercio electrónico.
6. Principales escollos a la Economía Digital.
7. La Economía Digital en el Mundo.

En esta edición se incluyen acontecimientos clave que han influido mucho en la economía digital durante 2006 y 2007. Una línea de tiempo que no sólo arroja luces sobre el pasado, sino que explica algunos hechos relevantes de 2008 como la reciente OPA que Microsoft realizó a *Yahoo* y que puso a trabajar no sólo a abogados y consultores, sino también forzó a los usuarios a cavilar el valor real de una verdadera independencia de proveedores de contenidos por Internet, basada en la necesidad de preservar un número mínimo de competidores en el tablero.

Por todos estos hechos y por todas las interpretaciones que les puedan sugerir las cifras allí expuestas *The Digital Economy Fact Book* es una referencia obligada para todo aquel interesado en los cambios que están moviendo rápidamente el panorama económico y mediático mundial.

Por José Luis Requejo Alemán

jlrequejo@udep.edu.pe