

Reseña

Roberto Igarza

Nuevos medios. Estrategias de convergencia

La Crujía Ediciones. Buenos Aires, 2008. 368 pp.

Bajo el expresivo título “Nuevos medios. Estrategias de convergencia”, el profesor argentino Roberto Igarza aborda aspectos teórico-prácticos que permiten comprender el nuevo modelo de comunicación que se está desarrollando en los nuevos medios.

En cinco capítulos el autor ofrece una visión integrada, ordenada y con rigor científico de las nuevas formas de expresión cultural basadas en el soporte digital que introducen cambios masivos en la manera de producir, distribuir y consumir contenidos informativos; y hace un análisis de los hechos tecnológicos y sociales que acompañan el proceso de la convergencia de las industrias de telecomunicaciones, informática y medios de comunicación.

Lo primero que llama atención en este libro es el profundo conocimiento y una definición clara –asequible para cualquier lector- de los aspectos tecnológicos de los medios de comunicación, lo que no se encuentra en otras obras dedicadas al ámbito de los medios en internet. Desde la formación de ingeniero, el autor aborda la detallada explicación de la convergencia tecnológica y analiza varias combinaciones instrumentales de internet con los modelos tradicionales de televisión, computadoras y dispositivos móviles.

Sin embargo, a pesar del marcado enfoque técnico, desde primeras páginas se destaca la relevancia del proceso de “digitalización de las lógicas culturales modernas” que son indispensables para una integración social y cultural plena de la población. Para el autor, los avances tecnológicos que se incorporan a la vida de las personas con un ritmo acelerado, se asimilan de modo diferente por los usuarios de distintas generaciones: *digital natives* y *digital immigrants*. Los “nativos digitales”, la generación que creció en un entorno digitalizado, son sujetos activos de más intercambios comunicativos (correos electrónicos, mensajes cortos de texto por celular o archivos digitales de vídeos, música y texto) que los “inmigrantes digitales” quienes deben esforzarse para aprender a vivir en el mundo rodeado de nuevas herramientas, lo que supone aplicar unas formas diferentes de recibir, procesar y compartir la información.

Es importante acentuar que Igarza, a partir de la convicción de que “todo nuevo medio puede ser definido a través de sus capacidades para mediatizar los contenidos” (p. 152), logra establecer el “modelo de comunicación” de los nuevos medios que se basa en la propuesta de tomar en consideración una combinación de los distintos componentes del universo de los medios de comunicación: los atributos genéricos del motor mediático, las funcionalidades propias de los nuevos medios y las expresiones de adaptabilidad a los intereses y necesidades del usuario.

Asimismo, desde la perspectiva de la finalidad y de la funcionalidad, ofrece una extensa y detallada clasificación de los nuevos medios que se distingue de las propuestas teóricas anteriores (Alonso, J. y Martínez, L., 20031, López García,

G., 20052, etc.) en que, además de las categorías de “medios tradicionales en línea y medios de comunicación nativos”, incluye las de medios sociales y agregadores, los mismos que, a partir de 2004, están extendiendo su presencia en internet de manera exponencial.

En el libro se dedica una atención especial al estudio de las repercusiones que, sobre los medios de comunicación tradicionales, alcanza el proceso de la producción colaborativa de contenidos que está en el centro de las transformaciones del sistema mediático emprendidas por la convergencia 3.0.

Ilustrando los distintos efectos de la incorporación de los *blogs* en las ediciones digitales de los medios tradicionales, y, a pesar de la inercia de éstos últimos en aceptar las nuevas tendencias de *blogging* como un fenómeno de la época digital, el autor demuestra que el periodismo profesional y el periodismo ciudadano y participativo (periodismo 3.0) se nutren mutuamente y se complementan. Se valora también otro factor determinante en el desarrollo de los nuevos medios que, de una u otra manera, están vinculados con los sistemas de convivencia social –la credibilidad–.

Sin duda, uno de los aspectos con mayor influencia en el enfoque mediático de la convergencia está relacionado con aquellas dimensiones que pueden ser determinantes para un salto cualitativo de los medios de comunicación en el futuro próximo. El aporte del autor consiste en elaborar un novedoso esquema de tendencias de innovaciones que manifiesta el carácter dinámico-sistémico de la situación de los medios en los próximos años.

Estas tendencias se agrupan en seis categorías que se relacionan e intervienen en el desarrollo de nuevos modelos de negocio y estrategias empresariales: demanda, estrategias de conocimiento, contenidos, estrategias de desarrollo, interactividad y tecnologías. Las estrategias eficaces de la convergencia apuntan, por lo visto, hacia la combinación de diferentes soportes de comunicación, fijos y móviles: “El efecto de ‘movilidad’ concentrará una parte significativa de los esfuerzos por cuanto ninguna solución puede obviar los efectos del nomadismo y el uso cada vez mas intensivo y diverso de los dispositivos móviles en el consumo de contenidos mediáticos” (p. 262). No obstante, el esquema propuesto también expresa la importancia de los contenidos informativos.

Con todo ello la obra, que resulta ser el primer trabajo metodológico de un autor latinoamericano sobre el tema de la convergencia, busca revelar el complicado mundo de las nuevas tecnologías relacionado con los medios de comunicación social a través de acercamiento a sus aplicaciones y los comportamientos sociales, educativos y culturales de los usuarios. En las nuevas formas de comunicación interactiva y colectiva, los usuarios alternan en los roles de producción y recepción de contenidos y se convierten en los agentes activos de los procesos informativos en el actual contexto que nos ofrece la era digital.

Por Lyudmyla Yezers'ka

luyez@udep.edu.pe