Los nuevos medios y la delimitación de su campo de estudio

POR **MARÍA TRINIDAD GARCÍA LEIVA**

Handbook of New Media. Social Shaping and Social Consequences of ICTs. Updated Student Edition

Editorial Sage. Leah A. Lievrouw y Sonia Livingstone (eds.).
Londres, 2006

Los años 90 han sido escenario de una importante expansión en la investigación destinada a las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, en paralelo a su transformación cualitativa y cuantitativa, aunque sus raíces puedan rastrearse hasta por lo menos dos décadas antes. Un rápido y nada exhaustivo recorrido por la literatura existente permite verificar una variedad y multiplicidad de investigaciones que van conformando un campo de estudio internacional e interdisciplinario, pero también abierto y por momentos ecléctico. A este nuevo campo, caracterizado por límites aún difusos, se dedica esta obra que lo nombra e identifica bajo el rótulo de *new media research*.

Intentando establecer fronteras

La complejidad actual de los fenómenos comunicativos e informacionales se ha traducido en una proliferación investigadora importante y alentadora, en la que, sin embargo, muchas veces es difícil discernir posiciones y aportes originales. Al respecto, el objetivo de este volumen es aportar luz sobre la vasta producción intelectual de los últimos años en torno de los llamados nuevos medios, intentando establecer patrones y temas comunes en la configuración del campo para, justamente, clarificar sus fronteras.
Su propuesta de delimitación se pone de manifiesto, a través de la caracterización que se

Fundación Telefónica
Telefónica

ofrece de los nuevos medios, en la introducción que hacen a la obra sus editoras: los nuevos medios son infraestructuras para la comunicación e información que suponen tipos particulares de dispositivos, prácticas y acuerdos sociales, se configuran socialmente de determinadas maneras y suponen ciertas consecuencias que los caracterizan.

De esta manera, su definición se establece por una parte, puntualizando las diferencias entre la mediación que ofrecen los nuevos medios respecto de la que caracteriza a los que denominan medios masivos del pasado. Las mismas se encontrarían en las distintas formas en que las tecnologías se desarrollan, es decir, en los dos modos de configuración social que diferencian a los nuevos medios (ilustrados con la metáfora de la red punto-punto y la posibilidades ?recombinatorias? de las cuales éstos son producto); y en sus consecuencias sociales (caracterizadas principalmente por la ubicuidad y la interactividad).

Por otra parte, también se hace hincapié en que la definición de los nuevos medios debe efectuarse más allá de su perfil técnico y en relación con sus contextos sociales. Por eso, más específicamente, se los presenta como Tecnologías de la Información y la Comunicación que deben ser abordadas a partir de tres ámbitos: dispositivos, prácticas y organización social. Es decir, haciendo foco en los dispositivos que los sujetos utilizan para comunicarse o compartir información, las actividades y prácticas en las que se involucran para ello, y los acuerdos sociales o formas organizativas que se desarrollan en torno de dichos dispositivos y prácticas.

Los capítulos del libro están organizados precisamente en torno de estas tres grandes áreas. La primera parte examina las prácticas en su contexto sociocultural, la segunda se centra en las tecnologías mismas, su diseño y desarrollo y, la tercera, se ocupa del estudio de las formas en que las nuevas tecnologías de medios y las prácticas asociadas a ellas se organizan y gobiernan.

Dispositivos, prácticas y organización social

La selección y edición rigurosa de los veintidós textos que conforman la obra persigue responder a la pregunta de si la configuración particular de dispositivos, prácticas y organización social asociada con los nuevos medios difiere, y en qué modos, de aquella que caracteriza a las ?viejas? Tecnologías de la Información y la Comunicación. Por ello, cada capítulo se centra en una única cuestión central, concepto o conjunto de interrogantes, y combina una revisión de la literatura fundacional del tema con una organización conceptual o marco que ayude a ubicar dicha literatura en una perspectiva más amplia.

«Nuevos medios, cultura y sociedad» es el título que lleva la primera sección que incluye tanto análisis puntuales como contribuciones ubicadas en una perspectiva más macro. Los primeros, dedicados a las dinámicas interpersonales de la comunicación mediada por ordenadores, a los usos que los niños hacen de los nuevos medios, a la interacción entre éstos y la formación y organización de grupos, y a los interrogantes relacionados con los usos de Internet, van dejando paso a reflexiones más amplias que giran en torno de la relación de los nuevos medios tanto con la cultura, como con la política y el poder, entre las que resaltan las de Mark Poster y Timothy Luke.

Fundación Telefónica
Telefónica

«Sistemas tecnológicos, diseño e industrias» engloba capítulos dedicados a bucear en conceptos (servicio universal e interactividad), interrogarse por las dinámicas histórica y económica de las nuevas tecnologías, y puntualizar y reflexionar sobre su diseño y desarrollo. Destacan las aportaciones de Patrice Flichy y Leah Lievrouw, por su historización de los nuevos medios y su reflexión en torno de la dupla determinación/contingencia en su desarrollo, respectivamente; así como el análisis que Philip Cooke realiza sobre la dinámica de funcionamiento de pequeñas firmas relacionadas con la innovación en el sector (en *clusters*), por oposición a las grandes estructuras empresariales y los polos de investigación y producción diseñados mediante políticas públicas.

Las formas de organización social que se erigen en torno de los nuevos medios son abordadas por un conjunto de artículos que abarcan desde la pregunta por la regulación de los contenidos, la definición de políticas públicas comerciales e industriales, y los desafíos que estas presentan a los Estados, hasta la reflexión en torno de la noción de Sociedad de la Información y la ?gobernanza? de los mercados de medios, pasando por el análisis del impacto de los nuevos medios y, más genéricamente, la información en la organización industrial.

De esta tercera y última parte, «Nuevos medios, instituciones y gobernanza», deben subrayarse la constatación por parte de Stefaan Verhulst de un cambio de paradigma regulatorio, la denuncia encabezada por Bella Mody respecto del carácter estrictamente económico que el gobierno de los mercados mediáticos ha tenido hasta ahora (y que ha derivado en un aumento de la concentración), y las agudas apreciaciones finales que Don Lamberton efectúa, pensando en las contribuciones de una economía de la información, en relación con la definición de nuevos temas de investigación y los condicionantes y oportunidades que en ello operan.

El aporte de una introducción comprensiva

La propuesta y contenidos de la primera aparición de este manual, en 2002, se conservan casi intactos en la edición de 2006 aquí reseñada. Su intención sigue siendo ofrecer una puerta de entrada comprensiva y actualizada al estudio de los nuevos medios a estudiantes avanzados e investigadores no especializados, al tiempo que una herramienta pedagógica a los académicos del campo. La propuesta cumple con el objetivo de ser una obra introductoria y de contexto, ya que se ocupa de dar cuenta de muchos de los conceptos y asuntos relacionados con el estudio de los nuevos medios.

En suma, el volumen consigue poner el foco en los contextos sociales y usos de los nuevos medios, reuniendo en una obra la mayoría de las fuentes y tendencias clave, para hacer visible y accesible el trabajo ya realizado. Ello la convierte en una publicación de consulta obligada para quien quiera internarse en el estudio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y sus efectos en la sociedad, a pesar de que la tendencia en la mayoría de los autores convocados, a ejemplificar, puntualizar y hacer girar sus reflexiones en torno de Internet, puede llegar a opacar otros debates clave.

Fundación Telefónica
Telefónica

Fundación Telefónica

Telefónica