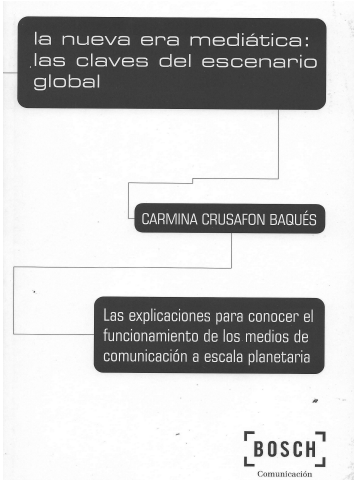
Transformaciones emergentes en el sector de los medios

POR **FRANCISCO GALLEGO CALONGE**



La nueva era mediática: las claves del escenario global

Carmina Crusafón Baqués

Barcelona: Bosch, 2012, 164 p.

ISBN: 978-84-9790-948-8

La globalización es, sin duda, uno de los fenómenos más consolidados política, económica, tecnológica, social y culturalmente en las últimas décadas. En todas las disciplinas, son tantos los autores que la bendicen como aquellos que an de sus inconvenientes. De lo que no cabe duda, ya sea este un fenómeno nuevo o una continuación de la internacionalización, es que su incidencia actual en todos los ámbitos de la actividad humana es enorme y, por consiguiente, está produciendo importantes cambios en todos los órdenes.

En lo referido a los medios de comunicación, ha supuesto una presión hacia los sistemas controlados por el Estado y antiguos monopolios públicos que, por un lado, ha beneficiado la competencia y, por otro, ha potenciado la colonización empresarial. En este nuevo contexto, tal

Fundación Telefónica
Telefónica

y como Crusafón indica, se hace necesario «analizar cada uno de estos distintos elementos para dar razón y explicar cómo funcionan los medios de comunicación en la actualidad».

De este modo, el libro que nos ocupa, *La nueva era mediática: las claves del escenario global*, está dividido en cuatro capítulos. Uno centrado en el gran cambio global en la industria de los medios; otro dedicado al concepto y estructura global del nuevo escenario; un tercero que pretende mostrar los ejes de la acción pública a nivel mundial en el sector, y un cuarto que, como la propia autora indica, está vehiculado a partir de los principales retos a los que la comunicación y sus diferentes industrias se enfrentan a nivel planetario.

Nuevas dinámicas derivadas del uso tecnológico

En lo referido al primer capítulo, la profesora de la Universidad Autónoma de Barcelona define cuatro vectores principales sobre los que se sustenta este gran cambio en la industria. En primer lugar, se encuentra el vector tecnológico, que ha provocado una transformación del escenario mediático de finales del siglo XX con respecto a las dos primeras décadas del siglo XXI. La tecnología es entendida como motor del cambio constante y da origen a nuevas dinámicas que están influyendo de forma considerable en la concepción del espacio y del tiempo. Dentro de este contexto tecnológico, el nuevo marco mediático se define por tres principales características: la digitalización, la interacción con el usuario y la convergencia.

Es interesante comprobar cómo Carmina Crusafón analiza todos estos fenómenos aportando elementos de reflexión y de conocimiento de una forma adecuada, precisa y amena. Del mismo modo, también explicados en el libro, existen otros vectores sin cuya conjugación sería imposible explicar el cambio de escenario mediático: el sociocultural, el económico y el geopolítico.

El segundo capítulo del libro tiene como objetivo definir qué se entiende por medios de comunicación y diferenciar los distintos conceptos que existen para identificarlos y organizarlos desde una perspectiva global.

Desafíos e interrogantes

En el tercer capítulo, pone su atención en el contexto particular en el que se desarrollan las instituciones mediáticas. Durante décadas, la regulación de los diferentes mercados de la comunicación fue exigente y exhaustiva. Tanto en Estados Unidos como en Europa se han dado intervenciones públicas intencionadas para orientar y, si fuera necesario, dirigir la conducta de los actores del mercado y garantizar así el correcto funcionamiento de este. Empero, había una diferencia entre una y otra orilla: si bien los medios estaban al servicio de la economía en EEUU, en Europa lo estaban al servicio de la política.

El cuarto y último capítulo tiene como objetivo presentar los desafíos e interrogantes que quedan abiertos y que seguramente necesitarán de análisis académicos serios en los próximos años. Entre otros, Carmina Crusafón introduce aspectos como el aporte de los países emergentes, el papel principal que los contenidos seguirán teniendo o la madurez del consumidor digital.

Fundación Telefónica
Telefónica

La obra, de lectura rápida y muy amena, está pensada con un doble objetivo: ayudar a los estudiantes de Comunicación en su proceso de formación y ofrecer una panorámica actualizada de la nueva era mediática, nueva etapa para la industria, a profesionales y académicos que tienen interés por conocer la dinámica de los medios a nivel global.

No cabe duda de que *La nueva era mediática: las claves del escenario global* viene a ofrecer más luz sobre las transformaciones emergentes que se están produciendo en el sector de los medios y ayudará a dar respuestas a preguntas presentes y futuras a la hora de indicar qué escenario mediático, pero también qué sociedad global se quiere.

Fundación Telefónica
Telefónica