
RESEÑAS

La comunicación en la nueva sociedad digital

López Golán, Mónica;
Campos Freire, Francisco;
López López, Paulo;
Rivas Echeverría, Franklin
Ibarra, PUCE-SI, 2018.

Periodismo y cultura digital: nuevos paradigmas; el servicio audiovisual público en la sociedad digital, y comunicación política, transparencia y democratización en la sociedad digital son las tres grandes áreas analizadas en *La comunicación en la nueva sociedad digital*, trabajo editado por Mónica López Golán, Francisco Campos Freire, Paulo López López y Franklin Rivas Echeverría.

Sin dudas son áreas muy amplias para la discusión y el debate, pero en este trabajo se trata de abordar varios de los elementos centrales que están en debate, para brindar respuestas actuales, integrales, oportunas sobre este novísimo campo de estudio que está en crecimiento, tanto por el imparable progreso tecnológico, como por el uso constante de las herramientas digitales, que ya son parte de la vida cotidiana de las personas y, en consecuencia, de cualquier sociedad.

En el primer bloque -el libro está organizado así- se agrupan los trabajos alrededor del periodismo y los desafíos constantes que le trajo el siglo XXI: adaptarse, reinventarse y continuar con su trabajo más importante, informar. Retos que no todos los medios han logrado superar, y que se ha reflejado en la reducción de personal en las redacciones o, en los escenarios más complejos y dolorosos, el cierre estaciones de radio, televisión o periódicos, por problemas financieros. En otras palabras, esta constante mutación de la industria ha llevado a que se deba entender y estudiar los modelos de negocio, el financiamiento, la innovación, en suma, la economía digital.

RESEÑAS

Esta necesidad de adaptación y de reinención también se puede plantear como innovación -la misma que es necesaria, además, en la economía digital- que se muestra de diferentes maneras para el periodismo. Se puede mencionar, por ejemplo, que ha debido apostar por nuevas formas de difundir sus contenidos; establecer relaciones con los usuarios de las redes sociales, para generar comunidades, tan importantes para lograr mayor impacto; integrar los diferentes formatos en un mismo soporte digital; ir mucho más rápido, es decir, acorde con el nuevo entorno, en donde la velocidad es una de las variables más importantes, entre otras.

El segundo bloque, el que se preocupa del servicio audiovisual público en la sociedad digital, centra su atención en la televisión pública europea, desde una mirada crítica, en donde no se deja de señalar las malas prácticas, no solo a nivel administrativo, sino en su “gobernanza e instrumentalización política”, como lo señala Francisco Campos-Freire, para buscar un camino nuevo dentro de esta era digital.

Esta ruta, no obstante, plantea una serie de desafíos, uno de ellos, quizá de los más importantes es, como también lo señala Campos-Freire, “la megaconcentración de la distribución por parte de las nuevas plataformas digitales denominadas GAFAN o GAFAMA -según sea el acrónimo formado por Google, Apple, Facebook, Amazon, Netflix o Microsoft y Alibaba- controlados por esa media docena de grandes corporaciones”, a pesar de la gran variedad de la producción, producto de la fragmentación de la producción.

En este marco, la televisión pública puede mirar más claramente cuál es su desafío, nada sencillo, pero que sin duda constituye una oportunidad para reconstruir su reputación y su credibilidad, con base a los valores clásicos de un medio de comunicación comprometido con la democracia y que, en consecuencia, lleva a su legitimidad: excelencia, universalidad, diversidad, independencia, innovación y rendición de cuentas.

RESEÑAS

La propuesta de este segundo bloque constituye una propuesta de alternativa para América Latina, que ha retomado sus esfuerzos por construir medios públicos en la región.

El último bloque de este trabajo, que trata sobre comunicación política, transparencia y democratización en la sociedad digital, muestra otra de las grandes ventajas de los entornos digitales: la capacidad amplísima de diálogo, pero no ocasional, sino constante. En esta conversación constante, tanto medios de comunicación como periodistas deben volver a ese concepto que se habló al principio, el de informar, para mejorar calidad de los mensajes, convirtiéndose (periodistas y medios) en los reales intermediarios para profundizar en los temas que se debaten. No en vano la calidad de la información -en el entorno digital- está ligada fuertemente, además, a la capacidad de una sociedad de luchar por el aumento de sus derechos, la transparencia, la rendición de cuentas, al tiempo de exigir o -simplemente- asistir a la transformación de sus organismos de representación política, social o económica.

Saudia Levoyer