

## LIBROS

Daniel Ponce ▼

«Podcasting. Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros» nos presenta el mundo de la radio incorporada a una nueva tecnología, la tecnología del podcasting; y nos ofrece un variado recorrido por su evolución histórica, desde sus orígenes hasta la actualidad, sobre los medios técnicos utilizados, el modo en el que se usan, los nuevos modelos de distribución, y el amplio abanico de negocios que la rodea en un mercado que evoluciona al igual que se transforma. Define el Podcasting como una aplicación que nace con el desarrollo de la distribución de contenidos multimedia; y es la fusión de la tecnología de compresión digital de audio en formato MP3 y RSS, la cual nos facilita la suscripción para descargar; realizando un resumen de la sindicación de contenidos y la importancia de los etiquetados para facilitar la clasificación y acceso a los mismos, hasta llegar a la incorporación de la banda ancha como motor del desarrollo del consumo de recursos multimedia. El proceso de recepción se ha facilitado con la aparición de portales y agregadores de suscripción, facilitando a la vez los modos de recepción y de reproducción de los contenidos de podcasts, con ejemplos como blogs y redes sociales. Se entiende este nuevo sistema, además de como un servicio útil a la hora de la distribución de contenido, como una nueva forma de interacción entre el emisor y el oyente, puesto que como dice el autor, son ya numerosos los casos en los que el oyente es creador de sus propios contenidos, y da mención a como las industrias radiofónicas se han visto sesgadas en dar, o no, ese grado de poder a las audiencias. Surge por tanto una nueva competencia a la industria a la que se le suma la realización de periódicos online o empresas creadoras de este tipo de contenidos como nueva herramienta de desarrollo. Otra visión a detallar acerca de este nuevo sistema de difusión de contenido recogida entre sus páginas es la relación existente entre la radio convencional y el podcasting, visto tanto desde un punto de vista nacional, como internacional, pues no podemos olvidar que la inclusión en este nuevo medio nos ofrece una apertura a la era de la globalización, donde el alcance de difusión de contenidos es mucho mayor, pudiendo ser más accesibles en cualquier parte del mundo a través de la red. El lector podrá encontrar entre sus páginas la realidad del mercado del podcasting como objeto de estudio, en emisoras públicas y privadas de cierto renombre en la Unión Europea y Latinoamérica, además de otros países con tradición radiofónica como Estados Unidos. En el caso del podcasting en España cabe destacar la falta de datos estadísticos en cuanto al consumo de contenidos multimedia por parte de los oyentes, sin embargo es notable el aumento y desarrollo en este sector por parte de los medios españoles, aunque la inclusión de estos fuese más tardía que a nivel amateur. Es en este apartado en el que nos podremos encontrar un análisis del proceso de acercamiento de los emisores a Internet y de las estrategias de cada operador en el proceso. Para finalizar, el autor expone una serie de reflexiones a modo de conclusión sobre el fenómeno del podcasting, sobre su inclusión en el medio radiofónico y la redefinición de ésta como medio en la red. Nos encontramos ante una obra en la que se nos facilitan las claves para comprender esta nueva forma de comunicación y la adaptación del medio de la radiodifusión a la incorporación de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información en la sociedad actual en la que nos ha tocado vivir, una sociedad en constante evolución y desarrollo tecnológico.



**Podcasting: nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros; J. Ignacio Gallego; Barcelona, Editorial UOC, 2010; 315 páginas**