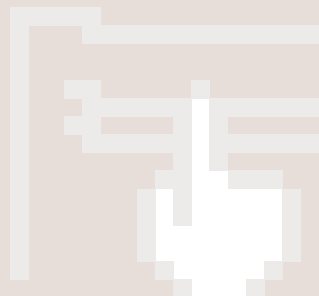




Universitat Oberta de Catalunya

Abril de 2004



Ressenya

The new media book,
de Dan Harries (ed.)

<http://www.uoc.edu/dt/20404/20404.pdf>



Toni Roig Telo



***The new media book*, de Dan Harries (ed.)**

<http://www.uoc.edu/dt/20404/20404.pdf>

Toni Roig Telo

Resum

The new media book es presenta com un llibre col·lectiu, editat per Dan Harries, professor sènior de Cinema i Cultura Visual de la Universitat de Middlesex de Londres, en el qual col·laboren vint-i-un autors de primer ordre, alguns d'ells referents absoluts en l'estudi dels media en l'era digital.

Paraules clau

new media, era digital, multidisciplinarietat



HARRIES, Dan (ed.) (2002). *The new media book*. Londres: British Film Institute Publishing.

Cal fer algun aclariment previ, per tal d'orientar adequadament els potencials lectors que es puguin sentir interessats per un llibre titulat *The new media book*, sobre el mateix concepte de *new media*, expressió que ha fet fortuna en els darrers anys en molts estudis en el camp de les Ciències de la Informació i la Comunicació. Al darrere s'hi amaguen dues conceptualitzacions força diferents que cal distingir per a evitar confusions: d'una banda, hi ha qui fa servir l'expressió *new media* per a referir-se a tot el que està relacionat amb Internet com a paradigma dels mitjans digitals, gràcies fonamentalment a la seva capacitat d'inclusió d'altres *media* anteriors. Una segona aproximació, que és l'emprada en aquesta i altres obres, considera els *new media* com un camp per a investigar els processos de transformació dels diferents *media* en l'era digital, com també l'aparició de nous. Totes dues, però, comparteixen diversos elements en comú. Evidentment, la segona apro-

ximació als *new media* té molt en compte tot allò que fa referència a Internet i la seva relació amb altres *media*. La coincidència més interessant, però, és la seva voluntat de fer una aproximació multidisciplinària a l'objecte d'estudi.

Feta aquesta necessària introducció, podem dir ja que *The new media book* és un dels més clars i complets exponents d'aquesta segona aproximació als *nous media*. Fidel a la idea de plantejament multidisciplinari, *The new media book* es presenta com un llibre col·lectiu, editat per Dan Harries, professor sènior de Cinema i Cultura Visual de la Universitat de Middlesex de Londres, en el qual col·laboren vint-i-un autors de primer ordre, alguns d'ells referents absoluts en l'estudi dels *media* en l'era digital. Un dels principals encerts de Harries com a editor ha estat no tan sols l'excel·lent selecció de col·laboradors, sinó també l'opció d'estructurar els diferents capítols del llibre en cinc grans apartats prou sig-



nificatius i alhora prou amplis per a trobar l'equilibri necessari entre diversitat i coherència interna: «Tecnologies», «Producció», «Textos», «Consum» i «Contextos» defineixen a la perfecció la complexitat dels *nous media*. La importància atorgada als contextos i al consum fa que els exemples tractats vinguin sobretot de formes culturals «populars», principalment cinema, televisió, videojocs i Internet. Podem observar, per tant, que parlar de *nous media* no implica obviar els *vells media*, sinó acostar-se a una autèntica estructura de vasos comunicants on al final el menys important és categoritzar què és «nou» i què és «vell», perquè la resposta probablement acabarà essent sovint «tot».

Resulta inevitablement injust esmentar uns noms en detriment d'altres, però considero adient ressaltar la presència d'autors tan reconeguts com Lev Manovich, autor de l'essencial *The language of new media* (The MIT Press, 2001), el qual, aquesta vegada, desenvolupa la seva visió personal del futur del cinema a través de la suggeridora idea d'un cinema digital com a base de dades configurable per l'usuari-espectador. Una altra presència destacable és la de Peter Lunenfeld, editor d'una altra referència de capçalera, *The digital dialectic: new essays on new media* (The MIT Press, 2001), el qual s'enfronta aquí als mites de l'anomenat «cinema interactiu»; també cal destacar Sean Cubbit, autor de diverses obres cabdals, com *Digital aesthetics* (Sage, 1998), que aquí es dedica a l'anàlisi del paper dels efectes visuals i l'enregistrament en suports digitals.

Cal dir que, malgrat la lògica irregularitat d'una obra col·lectiva, el nivell general i la capacitat de suggeriment de *The new media book* és inesgotable. A continuació resumeixo alguns dels principals temes tractats agrupats per apartats:

- Tot i que potser és el seu punt més superficial, dins l'apartat «Technologies» podem trobar algunes reflexions interessants sobre l'evolució històrica de les tecnologies digitals per a la transmissió i la distribució de contingut, la creixent importància de les interfícies i els diversos intents que han fet els gegants de la comunicació de dominar i portar al seu terreny la World Wide Web.
- El segon apartat, «Production», recorre els aspectes industrials, des de la lògica d'un mercat complex fins als canvis

en les estratègies de producció segons les formes de consum, passant pels problemes de propietat intel·lectual i la democratització potencial de la producció a través dels mitjans digitals.

- En l'apartat més dedicat a les formes visuals, «Texts», trobem una sèrie d'assaigs sobre les interrelacions estètiques i narratives que impliquen, entre altres, els videojocs, les pel·lícules i la televisió, passant fins i tot pels còmics en línia.
- El quart apartat, «Consumption», s'atura en la configuració de l'espectador actiu dels *new media*, que passa, com indica el mateix Dan Harries, de ser *viewer* a *viewer* (espectador i usuari al mateix temps), i també en diversos aspectes sobre identitat i les transformacions dels conceptes de distribució i exhibició cinematogràfica per la Xarxa (una concisa però excel·lent anàlisi dels darrers avenços en aquest camp, a càrrec de Janet Wasko, que podria haver format part perfectament del primer o segon apartat).
- Finalment, «Contexts» és la secció més oberta i, per tant, també la que més afavoreix l'especulació, amb un curiós joc de mans entre vells i *nous media* centrat fonamentalment entorn del cinema i la televisió. Realitat i realisme electrònic, temps real, no linealitat i potencial de les narracions configurables des d'immensos bancs de dades audiovisuals (Manovich), reflexions sobre la *remediació* entesa com la capacitat de representació d'uns *media* dins d'altres i el qüestionament de certs aspectes dels models teòrics d'anàlisi dels *media* en general i el cinema en particular (Jan Simons), com també la cada cop més tangible evolució de la televisió cap a la personalització, la producció multiplataforma i la capacitat d'interacció de l'espectador (William Uricchio i William Boddy), són alguns dels objectes de reflexió principal d'aquest calaix de sastre que deixa amb ganes de més.

En definitiva, *The new media book* és un punt de partida molt interessant per a entrar en l'univers dels *nous media* i deixar-s'hi portar. Una acurada i compacta selecció final de lectures addicionals pot ajudar a seguir aquest viatge apassionant.

↳ Si vols citar aquest document, pots fer servir la següent referència:

ROIG, Toni (2004). Ressenya del llibre *The new media book* de Dan Harries (ed.) [en línia]. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa].
<<http://www.uoc.edu/dt/20404/20404.pdf>>



Sobre l'autor del llibre:

Dan Harries

Professor sènior de Cinema i Cultura Virtual (Universitat de Middlesex)

Professor sènior de Cinema i Cultura Virtual de la Universitat de Middlesex, Londres. Exdirector de l'Online Media de l'American Film Institute de Los Angeles i creador de *CineMedia*, un dels directoris més grans en el camp del cinema i els *media*. Entre les seves obres publicades destaquen *Film and video on the Internet*, coescrit amb Bert Deivert (Wiese, 1996), i *Film parody* (BFI, 2000).

Sobre l'autor de la ressenya:



Toni Roig

Director del programa de Comunicació Audiovisual (UOC)

aroigt@uoc.edu

Enginyer tècnic de Telecomunicacions i llicenciat en Comunicació Audiovisual. Va obtenir el Diploma d'Estudis Avançats del programa de doctorat interdisciplinari sobre la Societat de la Informació i el Coneixement de la UOC, essent el seu treball de recerca un estudi de cas sobre la televisió per Internet. És professor dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació i director del programa de Comunicació Audiovisual de la UOC. Actualment desenvolupa la seva tesi sobre el cinema digital i els *new media*.