

José María Albalad Aiguabella
Lorena Busto Salinas
Viviana Muñiz Zúñiga
(Coords.)

Herramientas universitarias

Nuevos lenguajes
de lo audiovisual

BIBLIOTECA de EDUCACIÓN

gedisa
editorial

Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

23. Los sistemas de recomendaciones y la transformación de las empresas de medios. Retos y beneficios de las inversiones en Big Data

Alicia Urgellés Molina¹
Mercedes Medina Laverón²

Este trabajo es el resultado del proyecto "Identificación de los motivos de consumo de los contenidos audiovisuales de ficción y entretenimiento en el mercado español" (ref. CSO2015-64615-R), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

295

En el contexto de los servicios de vídeo bajo demanda en la actualidad, los sistemas de recomendaciones automáticas están destinados a ayudar a los usuarios a reducir la sobrecarga de información y guiarlos en la toma de decisiones de consumo audiovisual. Estos sistemas han sido utilizados y probados con gran éxito en el comercio electrónico, ofreciendo así una poderosa herramienta para las empresas en este campo al agregar valor extra a sus clientes. En las plataformas de medios, constituyen una reconsideración del proceso de creación de valor de distribución y el papel más activo de los consumidores en él.

En los últimos años, se ha generado un debate respecto al papel de las recomendaciones automáticas en la reducción del abanico de posibilidades disponibles para los usuarios y el sometimiento del consumo a los algoritmos. Al mismo tiempo, se observa cierta reticencia por parte de muchas empresas de medios para invertir en tecnología de este tipo.

El objetivo principal de este trabajo es presentar un estudio de la literatura sobre la forma en que las recomendaciones enriquecen la experiencia de los usuarios de medios audiovisuales, así como los retos que se presentan

1. Alicia Urgellés Molina es doctora por la Universidad de Navarra, profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de los Hemisferios (Ecuador).

2. Mercedes Medina Laverón es doctora por la Universidad de Navarra, profesora de la Facultad de Comunicación, editora de la revista *Communication & Society*.