



Periodismo Digital. Ecosistemas, plataformas y contenidos

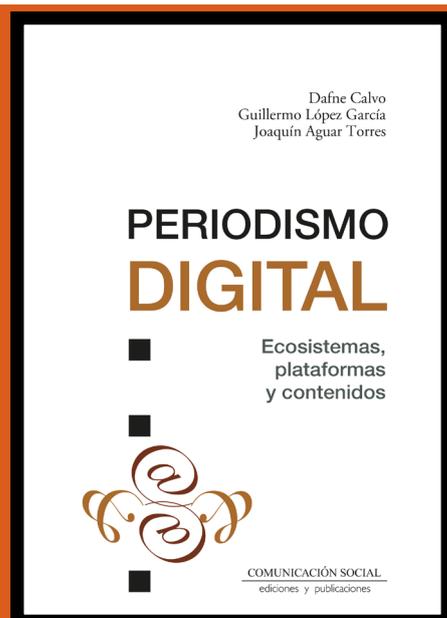
Dafne Calvo, Guillermo López García y Joaquín Aguar Torres

Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2024

ISBN: 978-8494296994

220 páginas

Estrella Alonso del Barrio
 mariaestrella.alonso@uva.es
 Universidad de Valladolid



El periodismo digital llegó a finales de los años noventa del siglo pasado no solo para quedarse, sino para permear, en el mejor de los casos, a los medios considerados tradicionales (prensa impresa, radio y televisión). El avance continuo de nuevos soportes físicos (como los dispositivos móviles) y lógicos (como las aplicaciones para estos dispositivos) lo convierte en un campo en permanente proceso de cambio. Por ello, resulta especialmente pertinente este trabajo homónimo elaborado por tres autores especializados no solo en la docencia de esta asignatura en distintos momentos en la Universitat de València, sino también en la investigación intensiva en este ámbito: Dafne Calvo, Guillermo López García y Joaquín Aguar Torres.

Si el título, *Periodismo Digital*, no deja lugar a dudas, el subtítulo del libro, *Ecosistemas, Plataformas y Contenidos*, delimita y anticipa un texto a caballo entre el reporte y la reflexión, en el que se examina precisamente eso: la relación entre plataformas y contenidos en un sistema digital en el que, además, las audiencias adquieren un papel especialmente relevante. La estructura del volumen, según explican los propios autores en la introducción, se organiza en dos partes: una primera, compuesta por tres capítulos, aborda cuestiones transversales sobre los fundamentos e historia de Internet, las características de los medios digitales y la producción de contenidos; y una segunda parte dedicada a aspectos más sensibles a los cambios constantes: audiencias, procesos informativos y últimas tendencias.

El repaso inaugural del capítulo 1 a las bases tecnológicas de Internet y su disruptiva incidencia en el periodismo a través de la World Wide Web permite, en primera instancia, comprender la evolución digital no solo desde la perspectiva del soporte, sino también en su efecto sobre aspectos como el propio mensaje, la audiencia o los fundamentos mismos de la comunicación social. Es, en segunda instancia, un mapa de situación que permite al lector adentrarse en los contenidos de los capítulos posteriores, centrados ya en aspectos más específicos del periodismo en línea.

Así, la incidencia de algunas de las características de Internet (inmediatez, multimedialidad, hipertextualidad...) se deja entrever en los cambios que experimentan los géneros periodísticos tradicionales (informativos, interpretativos, opinativos y dialógicos), cuando deben adaptarse a las exigencias de la Red de redes e, incluso, de los medios sociales. Se trata de transformaciones

que van más allá del formato —como la posibilidad de convertir un reportaje en un pódcast o de distribuir una entrevista en pequeñas píldoras en redes sociales— y que afectan, tal como explican los autores en el capítulo dos, incluso a la forma en que debe organizarse la redacción para responder a las exigencias de inmediatez, así como al modo en que se imponen nuevas formas de distribución, ya sea mediante innovadores diseños de portada o a través del posicionamiento en buscadores.

La transición no ha afectado solo a los contenidos, sino también a los propios medios, comenzando por unos redactores que, en la prensa escrita en línea, comienzan a ajustarse a ciclos productivos más cercanos a los de la radio y la televisión que a los del periodismo impreso tradicional, y que, además, deben ser polivalentes. El capítulo tres desarrolla ampliamente las cuestiones relacionadas con los nuevos perfiles profesionales, así como con la nada lineal evolución del periodismo digital en España, hasta llegar a la actual apuesta por los muros de pago, que buscan nuevos modelos de negocio más allá de los ingresos publicitarios.

Esta primera parte deja expedito el camino hacia los tres capítulos siguientes, en los que la atención se centra en las audiencias, la organización de la información en Internet y las nuevas tendencias del periodismo digital. Las audiencias digitales, convertidas en usuarios y, más aún, en prosumidores, no solo emplean sistemas inéditos para informarse —incluida la mensajería instantánea entre pares—, sino que acceden a los contenidos en un *continuum* que no distingue claramente entre información y entretenimiento. En este escenario, las audiencias se vuelven cada vez más fragmentadas y los datos personales se convierten en una moneda de cambio fundamental, al menos para los procesos de metrificación de audiencias.

En lo que respecta a la organización de la información, tema abordado en el capítulo 5, se refleja en buena medida la transformación tratada en los capítulos anteriores, especialmente en lo relativo a las consecuencias —positivas y negativas— del creciente poder de la audiencia como emisora o amplificadora de contenidos, impulsado en gran parte por la descentralización informativa. Así, el control del poder a través de la proactividad de ciudadanos que filtran información contrasta con la proliferación de noticias falsas, difundidas por usuarios de toda índole, con o sin capacidad de influencia. Frente a estos males, los autores plantean posibles antídotos como la verificación, el periodismo abierto, el periodismo lento e incluso, en última instancia, la desconexión digital.

Finalmente, y como reafirmación de esa trayectoria de cambios imparables, los autores cierran la obra con un capítulo dedicado a las últimas tendencias. El futuro aún no está escrito, pero el presente ya comienza a ser redactado por máquinas, robots e inteligencias artificiales; está conectado por el Internet de las cosas, distribuido mediante complejos sistemas algorítmicos y autenticado, en algunos casos, a través de cadenas de bloques (*blockchain*). Un ecosistema en el que los medios de comunicación buscan su lugar entre la adaptación, la evolución y la innovación, y que enfrenta quizás su mayor desafío: el de redefinir modelos de negocio sostenibles.