

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2010): *Desarrollo del periodismo en internet*. Sevilla, Comunicación Social, 278 páginas.

Este libro recoge las investigaciones resultantes del proyecto financiado por el Ministerio de Educación de España “Cybermedia: Innovaciones, procesos y nuevos desarrollos del periodismo en internet, telefonía móvil y otras tecnologías del conocimiento” realizadas por un grupo de profesores de las Universidades Complutense de Madrid, la Autónoma de Barcelona y la de Valladolid. Mariano Cebrián, director de la publicación, señala en la introducción que la investigación recogida en este libro “se centra en indagar en el desarrollo e innovación más relevantes que se producen en el periodismo emergente motivado por la convergencia de los medios informativos tradicionales con las plataformas de internet y la telefonía móvil (p. 14). Por lo tanto, es una publicación que aborda en un tema de gran actualidad, y que recoge de forma amplia y muy completa los nuevos desarrollos del periodismo actual.

En el primer capítulo, titulado “Plataformas de medios tradicionales, cibermedios y medios móviles”, Cebrián afirma que Internet no es un medio de comunicación, sino una plataforma de medios y servicios tradicionales y nuevos. Resalta el hecho de que las plataformas están gestionadas casi exclusivamente con un enfoque de rentabilidad económica siendo preciso potenciar sus aspectos sociales y culturales.

Tres capítulos están dedicados a los ciberperiódicos. En su aportación, “Sinergias entre periódicos y ciberperiódicos: estudio de los diarios *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón*, *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*”, Margarita Antón y Carlos Méndez analizan estos seis diarios afirmando como en ninguno de ellos, hay referencias de la prensa digital hacia los periódicos impresos. Y en relación a la sinergia de los periódicos en papel hacia los digitales, en primer lugar señalan que no existe una uniformidad en las referencias y consideran la necesidad de mejorar los enlaces digitales, insistiendo, por otra parte, en la ausencia de una relación directa entre el número de referencias y el grado de desarrollo de la edición digital del periódico. Mercedes Zamarra centra su exposición en “El uso del audio y del vídeo en los ciberperiódicos” analizando el grado de uso del vídeo y el audio con finalidad informativa en las versiones digitales de distintos periódicos europeos y americanos. Esta autora indica las ventajas que conlleva el uso de vídeos en los ciberperiódicos al permitir que el lector se transforme en un espectador de primera línea de los distintos hechos. Se incorpora de esta forma a la prensa digital la ventaja comparativa que tenía la televisión en relación a los periódicos impresos.

La temática de los blogs es analizada por Francisco Esteve y Pastora Moreno en el capítulo “Los blogs especializados en la prensa digital”. Los autores centran su investigación en los blogs de seis periódicos españoles. En primer lugar analizan el grado de visibilidad de los blogs y a continuación explican de forma amplia las principales características de los blogs de estos periódicos, agrupándolos por áreas temáticas. Concluyen afirmando que hay un volumen considerable de blogs especializados, siendo la temática de mayor presencia la información internacional, mientras por el

contrario, el menor número se produce en la información próxima o local. Asimismo advierten una cierta falta de rigor en la periodicidad de los blogs especializados.

A la radio están dedicados dos capítulos. El primero, de Julia González titulado “Expresión creativa y sonora de los blogs en el contexto interactivo y multimedia de la ciberradio” analiza los blogs contenidos en las páginas webs de las cinco principales cadenas radiofónicas de cobertura nacional. Esta autora comenta que la participación de los usuarios en los radioblogs tiene un bajo grado de incidencia en la programación y afirma que las cadenas infravaloran las ventajas comunicacionales que pueden ofrecer las ciberradios. También señala como los radioblogs permiten una oferta de contenido adicional a los programas de la radio. Por su parte, Carmen Salgado en su capítulo “Presencia, innovación y estrategias de producción de los podcasting en la radio pública y privada a través de su convergencia multimedia” especifica como las nuevas tecnologías permiten que las empresas radiofónicas mejoren su valor añadido y sus niveles de competitividad. También resalta como internet facilita la posibilidad de ampliar su oferta de productos informativos de los tradicionales sonoros a textuales y visuales, además de incrementar su ámbito de difusión y la participación activa de su audiencia. Esta participación permite el desarrollo de estrategias de fidelización que fomenta la creación de una comunidad, lo que redundará en un incremento de los beneficios empresariales. La autora afirma que con la ciberradio surge un nuevo medio de información y entretenimiento que incorpora nuevos niveles de interacción y diversos modelos de negocio. En su capítulo analiza también el uso de los podcast en las cuatro principales emisoras españolas y en dos extranjeras y concluye que es necesario que la ciberradio cree una narrativa propia optimizando las características multimedias permitidas por internet. También sugiere la necesidad de potenciar sus posibilidades interactivas y multimedias.

A la televisión se dedica el capítulo “La televisión en internet: las web de las cadenas españolas” elaborado por Luis Miguel Martínez y Francisco Rodríguez Pastoriza, quienes resaltan el creciente grado de convergencia que se está produciendo entre televisión, internet y telefonía móvil, lo que conlleva el nacimiento de un nuevo modelo caracterizado por la hipertextualidad y el dominio del espectador de los contenidos que los descargará para su visionado cuando considere más adecuado. Asimismo señalan que la migración de la audiencia hacia este nuevo modelo no se está produciendo en la actualidad de forma masiva, ya que todavía se verifica un elevado índice de consumo de la televisión denominada generalista. Estos autores analizan los contenidos disponibles en las páginas web de las seis principales cadenas de televisión generalista existentes en nuestro país, indicando que, aunque tienen presencia en internet desde hace unos años, necesitan incrementar los contenidos disponibles, pues su situación actual dista aún mucho de la que encontramos en algunas cadenas norteamericanas y europeas.

Otras aportaciones abordan el tema de los portales. La primera, escrita por Donaciano Bartolomé, lleva por título “El uso analítico, crítico y constructivo de los portales especializados en relación con la educación”. Este autor después de un amplio análisis de los principales portales educativos, concluye afirmando que los portales

proporcionan una información especializada y adecuada a las necesidades de sus usuarios, por lo que internet facilita una información especializada. Indica también que los portales educativos ofrecen un elevado número de servicios a la comunidad educativa, facilitando un elevado grado de fidelidad con sus usuarios y permiten la creación de comunidades virtuales que potencian el portal. Si bien se constatan, seguirá analizando el autor, una serie de generalidades que se repiten en la mayoría de los portales, cada uno de ellos tiene unas características propias que le permite diferenciarse de los demás. Incide, por otra parte, en la necesidad de evaluar los portales ya que en la actualidad no existe un criterio definido que permita delimitar de forma adecuada a un portal educativo.

El segundo capítulo dedicado a la temática de los portales lleva por título “Agencias versus portales de información: la batalla por la distribución de la información en el ciberespacio” se debe a Rafael Díaz Arias. Analiza el autor la ruptura que ha implicado internet en el papel tradicional de las agencias, incidiendo en varios hechos: Entre ellos, los cybermedios, más dependientes de las agencias que los medios tradicionales, las agencias convertidas en cybermedios, el acceso global a los medios locales implicando un deterioro en el papel de fuente intermedia que desarrollaban las agencias. Pero también los portales de información que compiten con las agencias realizando un filtrado de las fuentes de noticias locales, siendo los portales el lugar predominante para la búsqueda de información por parte de los internautas ya que sólo un número muy reducido de ellos acceden a los cyberperiódicos. En este estudio se analiza además la relación existente entre cuatro portales, dos norteamericanos y su versión española con las tres agencias internacionales más importantes y las dos principales agencias españolas, dentro de las conclusiones se resalta la mutua dependencia que existe entre los portales y las agencias. Por otra parte, se subraya el importante peso que tienen las agencias en los portales, así como el elevado grado de dependencia de los cybermedios respecto a las agencias.

Por su parte, José Manuel Pérez Tornero y Santiago Tejedor Calvo analizan tanto las fortalezas y debilidades que presentan las wikis aplicadas con una finalidad informativa como sus herramientas y recursos online en el desempeño del cyberperiodismo (“Los wikidiarios y la comunicación on-line: análisis conceptual de proyectos informativos de naturaleza colaborativa en la web 2.0”). Estudian de forma amplia tres proyectos colaborativos de carácter informativo ofreciendo una interesante serie de reflexiones sobre la aplicación de las wikis en la selección e intercambio de fuentes, en la redacción de contenidos cyberperiodísticos, en los procesos de edición de trabajos periodísticos, como plataforma de publicación de materiales informativos y en la enseñanza del cyberperiodismo.

Las nuevas posibilidades que presenta el nuevo soporte de los móviles son expuestas con amplitud por Jesús Flores Vivar en su aportación “Periodismo a través de periféricos móviles”. La elevada tasa de penetración de la telefonía móvil en España y el elevado porcentaje de móviles con acceso a Internet reflejan la existencia de una elevada audiencia potencial. En su exposición incide tanto en el móvil como herramienta periodística, como en cuanto a plataforma de contenidos así como en posibles

fuentes de financiación de los contenidos. También se realiza un amplio estudio sobre los medios españoles que promueven el periodismo móvil, incidiendo en primer lugar en el análisis de seis empresas de televisión señalando para cada una de ellas las características de su oferta, modelo de negocio y las estrategias que siguen con el objetivo de incrementar sus audiencias. También se analiza la situación de la prensa escrita, desagregando en distintos ejemplos de prensa generalista, deportiva y económica, indicando su oferta disponible y su modelo de negocio. Asimismo en el capítulo se incluyen unas perspectivas y tendencias de futuro, tanto del periodismo móvil en general, como del periodismo móvil en televisión incidiendo en los problemas que se presentan en el modelo de negocio. Del periodismo móvil en prensa se comentan las elevadas posibilidades económicas que presentan las alertas que pueden desempeñar un importante papel en los modelos de negocio. Finalmente afirma que el móvil, como nuevo canal del mensaje periodístico conlleva el desarrollo de una nueva fórmula periodística.

El último capítulo del libro “El ciberperiodista en la web 2.0: concepciones, perfiles y habilidades del periodista en la Red social”, elaborado por José Manuel Pérez Tornero y Santiago Giraldo Luque recoge de una forma amplia el debate que se produce sobre las tareas y perfiles que deben tener los ciberperiodistas entre los técnicos e investigadores del periodismo, los propios ciberperiodistas y la realidad de los sitios online de los medios de comunicación. En primer lugar, la exposición se centra en recoger las principales reflexiones académicas formuladas desde el año 1996 hasta el 2009 sobre el ciberperiodista. A continuación se incluyen los resultados de una encuesta realizada a 43 ciberperiodistas de 34 medios de comunicación de ocho países donde los ciberperiodistas indican sus necesidades específicas, en primer lugar señalan que deben contar con una formación diferenciada a la que tienen los periodistas de la prensa impresa. Al mismo tiempo indican la necesidad de un libro de estilo. Curiosamente la necesidad de unas habilidades tecnológicas se menciona en un segundo nivel, en cambio es una prioridad desde el punto de vista de los académicos y del sector empresarial. La tercera parte de la exposición es un análisis de la portada de tres cibermedios de tres países diferentes. La exposición concluye señalando cómo internet tiene unas rutinas de producción y de formato diferentes a la de los otros medios y que la búsqueda del modelo del mensaje ciberperiodístico aún se está efectuando, afirmando que se pueden encontrar muchas respuestas en las redes sociales, las comunidades de usuarios participantes y en la confección de plataformas digitales.

Julio Larrañaga Rubio
Universidad Complutense de Madrid