

## La digitalización en el periodismo Transformación, retos y oportunidades

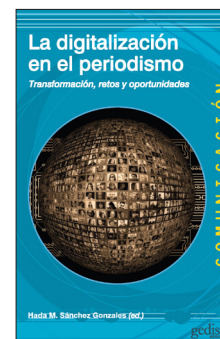
Hada M. Sánchez Gonzales (ed)

Editorial Gedisa,

Madrid, 2022

216 pp.

ISBN: 987-84-1891-442-3



La obra *La digitalización en el periodismo. Transformación, retos y oportunidades*, dirigida por la profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, Hada Sánchez Gonzales y editada por Gedisa y la Sociedad Española de Periodística, reúne una serie de debilidades y fortalezas que afrontan los profesionales del sector ante las nuevas necesidades de los prosumidores del siglo XXI. Se trata de un debate abierto, precedido de un prólogo firmado por la presidenta de la Sociedad Española de Periodística y catedrática de la Universidad de Valladolid, Salomé Berrocal Gonzalo, en el que intervienen 27 investigadores y académicos procedentes de universidades del panorama nacional e internacional.

Estas aportaciones, divididas en nueve capítulos, arrojan nuevas visiones sobre los distintos canales y factores que conforman el entorno actual del periodista, multiplicados tras la pandemia por la COVID-19 instalada en la sociedad desde el primer tercio de 2019. Ante esta situación, el cambio de hábitos de públicos de todas las edades unido a la necesidad de acceso a la información para conocer el paradigma actualizado ante el que se encontraban en todo momento convirtió a los emisores de información en el epicentro del día a día. La tecnología, concebida por los autores como una herramienta al servicio de los profesionales para ejercer su labor con el rigor científico que merecía la ocasión, se contempla amenazada

por *stakeholders* interesados en perturbar la veracidad de los mensajes preexistentes. Todo ello, por un lado, pone en peligro el derecho a la información veraz que posee cada individuo, pero por otro, ofrece un sinfín de oportunidades en cuanto a modelos de negocio basados en formatos que viralizan de forma estrepitosa cualquier mensaje honesto que no atente en contra de la libertad de recibir comunicaciones.

Este emprendimiento tiene un papel destacado dentro del compendio, al cual se le dedican tres capítulos. En el primero de ellos se pone de manifiesto la delgada línea que existe entre la colaboración de la ciudadanía para nutrir de contenido a los periodistas, actuando de fuente principal de la información, frente a la competición desde la pandemia por sacarle beneficio económico de manera desmesurada a esa información. Esto ocasiona la convivencia de medios sin información veraz junto a fuentes de información fidedigna sin altavoz para su difusión. Otro de los modelos de emprendimiento del que habla la obra versa sobre el denominado 'periodismo emprendedor' que se lleva a cabo desde 2008 en países como Colombia, Ecuador y México. Un claro modelo de periodismo independiente que surge de la necesidad de estos profesionales para combatir la precariedad extendida en medios de comunicación y empresas periodísticas de la zona. Finalmente, el tercero de los nuevos modelos de negocio tiene como protagonista

el *fact-checking* en el ecosistema de habla hispana y la labor de la red *International Fact-Checking Network*, nacida en 2015 para desmitificar la desinformación con su claro compromiso de verificación de hechos a nivel global. Aseguran sus autores que estas labores son fundamentales para el fomento de la alfabetización de la ciudadanía.

Otra de las importantes áreas que ocupa la obra aglutina dos capítulos dedicados a los nuevos formatos de distribución y consumo de información en la actualidad, como son la tecnología *podcasting* y el escenario de la red social Twitter como fuente de valor para el periodismo tradicional en las noticias de alcance. En cuanto al primero, se analiza la apuesta por el *podcast* de los cinco cibermedios con un volumen más notable de tráfico web. Con ello pretende clasificar el tipo de contenido que dichas compañías tratan en este formato, así como atributos como son la periodicidad, entre otros. En cuanto al segundo, los investigadores parten del caso de la explosión en la calle Toledo de Madrid, acontecida en enero de 2021, para analizar qué tipo de contenidos aportaron los testigos presenciales a través de sus cuentas en Twitter, así como evaluar la calidad de dichos mensajes y materiales audiovisuales.

El ejemplar también reserva dos capítulos para los cambios en la audiencia, de pasiva a activa, gracias al vertiginoso desarrollo de las tecnologías, dándole paso al debate de hasta qué punto la inmersión digital satisface a las nuevas generaciones desde un punto de vista vital. Por un lado, se estudia la evolución de los modelos de medición televisiva en España teniendo en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías en los

espectadores, así como su accesibilidad a Internet a la vez que consumen la televisión. Ello genera unas pautas de medición híbrida gracias a la que se confirma la necesidad de aunar la medición de las plataformas por suscripción junto a la televisión tradicional para obtener una visión completa del panorama en cuanto a audiencias en la actualidad. En relación con este tema, por otro lado, se estudia cómo las rutinas de los nativos digitales con sus *smartphones* son capaces de irrumpir en la escala de satisfacción con la vida que llevan. En este punto, juegan roles clave el grado de digitalización, el acceso a dispositivos móviles o nivel de vida, entre otros.

Asimismo, el volumen incluye un capítulo crítico en el que se relacionan los nuevos medios digitales con el periodismo y la propaganda, dando como resultado el resurgir de la denominada prensa de partido en España. En él se posiciona la prensa nativa digital como uno de los escenarios más favorables para el desarrollo de este fenómeno, utilizando el lanzamiento del periódico *La última hora* como uno de los principales órganos propagandísticos del partido político Podemos en el país.

Por último, la obra incluye un análisis de los libros del año en “Babelia”, suplemento cultural del diario *El País*, prestando especial atención a la proporción de hombres y mujeres escritores que componen dichos ránquines. El objetivo del trabajo pretende reflejar el papel crucial que continúa desempeñando el género en el periodismo cultural.

M<sup>a</sup> del Rocío Romero Rodríguez  
Universidad de Sevilla