

Cibercomunidad. El espacio de la comunicación digital en la Comunidad Valenciana

Guillermo López García (Ed.)

Tirant Humanidades

Valencia, 2012

La llegada de Internet ha forzado la adaptación de los medios convencionales y ha permitido también el surgimiento de nuevos medios. Este proceso ha sido estudiado de manera profusa desde una perspectiva nacional, aunque son menos los estudios destinados a sistematizar el aspecto que adquiere el nuevo ecosistema desde un enfoque más regional o de proximidad. Éste es el marco en el que encontramos la interesante contribución *Cibercomunidad. El espacio de la comunicación digital en la Comunidad Valenciana*. El texto, fruto del esfuerzo conjunto de 19 investigadores de 4 universidades públicas valencianas (Universidad de Alicante, Universitat Jaume I de Castelló, Universidad Miguel Hernández de Elche y Universitat de València), es editado por el profesor Guillermo López.

El libro estructura sus 21 capítulos en un total de 3 bloques. El primero repasa la situación general en la que se encuentran los medios en la citada Comunidad. Para ello, Guillermo López presenta los resultados de una investigación en la que emplea análisis de contenido para examinar los 465 cibermedios valencianos censados en 2011 comparando a su vez los resultados con los obtenidos en 2007, fecha en la que el *corpus* estuvo integrado por 232 medios. El capítulo incluye un análisis de las principales fortalezas y debilidades de lo que dieron de sí esos 4 años concluyendo que, «en cualquier caso (el balance) resulta inequívocamente positivo» (p. 29). En los capítulos siguientes, Francesc Martínez y Mar Iglesias profundizan en la situación de los medios escritos valencianos, mientras que Manuel de la Fuente y Sandra Sandalinas hacen lo propio para las emisoras de radio y Àlvar Peris, Jessica Izquierdo y Antonio Lerma para los canales de televisión. El bloque se completa con un repaso de los últimos medios en sumarse a la comunidad digital valenciana. En este punto, Francesc Martínez y Mar Iglesias elaboran un estudio general de la blogoesfera valenciana, si bien reconocen la dificultad de concluir sobre «una realidad tan extensa y viva» (p. 101). Francesc Martínez analiza la presencia —creciente pero aun minoritaria— de los cibermedios en valenciano, mientras que Dolors Palau examina los principales modelos de negocio de los medios valencianos no audiovisuales. Entre sus hallazgos el de que, en términos generales, éstos son todavía poco profesionales «lo que plantea serias dudas en cuanto a la viabilidad de futuro» (p. 149). Cierra el bloque un estudio de Begoña Ivars en el que encuesta a los profesores de las 22 asignaturas relacionadas con ciberperiodismo que se imparten en universidades valencianas sobre las principales herramientas que emplean en su docencia.

En la segunda parte se estudia la presencia de otros actores distintos de los medios pero igualmente presentes en la sociedad digital. Andreu Casero analiza los partidos políticos valencianos y muestra cómo éstos «emplean Internet no como un canal diferente para aplicar estrategias comunicativas distintas e innovadoras», sino que «su utilización de la red se basa en la difusión de sus propuestas

y candidatos por el mayor número de canales posibles, desarrollando una suerte de distribución multiplataforma, basada en hacer circular el mismo contenido por diferentes canales para aumentar la efectividad de su impacto y captar la atención del público» (pp. 184 y 185). Por su parte, tras un repaso histórico de las principales iniciativas y un estudio del estado actual de la e-administración valenciana, Andrés Boix y Germán Llorca presentan los principales retos a los que se enfrenta la Comunidad en materia de sociedad de información. Àlvar Peris analiza la comunidad digital valenciana desde la perspectiva de las identidades digitales y concluye que, pese al potencial que ofrece Internet para «experimentar con las deconstrucciones y reconstrucciones que caracterizan al sujeto contemporáneo» (p. 214), el análisis de los cibermedios valencianos «nos revela que, en general, la identidad nacional y cultural que promueven no se aleja demasiado de una concepción más tradicional vinculada al Estado-nación, el territorio y la lengua» (p. 217).

Finalmente, el último bloque aborda 10 estudios específicos que nos permiten adentrarnos en las entrañas de algunos de los medios de comunicación que operan en la Comunidad Valenciana. Estos medios, «llamativos y destacables por su calidad, originalidad e influencia» (p. 15), han sido analizados a partir de entrevistas en profundidad con los responsables de cada cibermedio. Este hecho permite obtener una comprensión más precisa sobre cómo los medios clásicos se están adaptando a este nuevo ecosistema —*Diario Información* (José Luis González), *Las Provincias* (Guillermo López), Levante TV (Miriam Civera) o RTVV.es (Vicente Fenoll)— y también para profundizar en los primeros pasos, los contenidos, las rutinas de trabajo y en los retos a los que se enfrentan algunos de los nuevos medios nacidos con la llegada de Internet. Éste es el caso de medios como Vilaweb (Mar Iglesias), L'Informatiu (Dolors Palau), Ara Multimèdia (Germán Llorca), Comarques Nord (Manuel De la Fuente), Valencia Plaza (Yasmina Yousfi) o Infoexpres (José Alberto García Avilés).

El libro acierta en el propósito de ofrecer una cartografía actualizada, completa, estructurada y bien documentada sobre el estado en el que se encuentra la cibercomunidad valenciana. La lectura de sus páginas resulta muy amena y el conocimiento que se desprende de ellas resultará muy útil tanto para conocer las luces y sombras de este nuevo espacio como para estar en mejores condiciones de anticipar qué puede deparar el futuro.

Susana Herrera Damas
Universidad Carlos III de Madrid