

*Periodismo en cambio*

Xosé López García y Francisco Campos Freire (eds.)

Editorial MediaXXI

Oporto, 2015. 250 páginas

Este libro forma parte de las diferentes acciones puestas en marcha por parte del grupo *Novos Medios* de la Universidad de Santiago de Compostela, dentro del ámbito de la Rede Internacional de Investigación da Xestión da Comunicación (XESCOM), un proyecto que cuenta con la financiación de la Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria de la Xunta de Galicia.

Dicha iniciativa implica a grupos de investigación de centros universitarios de tres países: España (*Novos Medios* de la Universidad de Santiago de Compostela, IMARKA de la Universidad de Coruña y MILE de la Universidad de Vigo), Portugal (colaboradores e investigadores de la Universidad Fernando Pessoa, del Departamento de Lenguas e Literaturas Modernas de Açores y del Centro de Estudos de Comunicaçao e Sociedade de la Universidade do Minho) y Ecuador (*Medios y Sociedad* de la Universidad Autónoma de Tamaulipas y de las Escuelas de Comunicación de las Universidades Técnica Particular de Loja y Pontificia Católica sede de Ibarra).

La obra ha sido editada por los profesores Xosé López García y Francisco Campos Freire, docentes en la Universidad de Santiago de Compostela. Participan además en ella investigadores como Moisés Limia Fernández, Carlos Toural Bran, Alba Silva Rodríguez y Ana Isabel Rodríguez Vázquez.

*Periodismo en cambio* apuesta por examinar temas de particular incidencia en los ámbitos del periodismo y la comunicación: desde los nuevos perfiles profesionales en el ecosistema digital hasta la renovación de los elementos del periodismo, pasando por aspectos como la transición periodística, la interactividad y participación de las audiencias, el ciberperiodismo móvil, las buenas prácticas dentro del periodismo en red o los metamedios sociales entre otros.

Tal y como se señala de manera explícita en su capítulo introductorio, el libro tiene como propósito «escrutar las entrañas del periodismo e investigar metódicamente los profundos cambios estructurales que están experimentando tanto nuestro ámbito de estudio como la actividad profesional en sí en el contexto histórico de la sociedad compleja del tercer milenio».

Este conjunto de cambios estructurales implica diversas circunstancias de la más variada índole que son puestas de relieve a lo largo de los nueve capítulos en que está estructurada la obra. Entre ellas los autores resaltan las referidas al impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones en los procesos productivos de las empresas de la información, la digitalización entendida como un novedoso escenario que a efectos prácticos conlleva consecuencias como la multimedialidad y la hipertextualidad, el establecimiento de nuevas vías de participación para unas audiencias cada vez más alejadas de su clásico papel pasivo y la concepción holística del vector comunicativo referido a la interactividad.

Tal cúmulo de cuestiones posee, a juicio de los diferentes firmante del presente texto, un indudable impacto en el marco de formación de los alumnos que cursan

sus estudios en las diferentes Facultades de Periodismo, Ciencias de la Información y Ciencias de la Comunicación, obligando a una redefinición en cuanto a las habilidades de los futuros profesionales de la información se refiere que se concreta en aspectos como la capacidad para relacionarse con las audiencias y gestionar eficazmente las redes sociales, la optimización del formidable magma de documentación e información generado por la Red mediante la fórmula de la curación de contenidos, el dominio de las técnicas de posicionamiento SEO y SEM así como la capacidad de ser un profesional multitarea, multiplataforma y multimedia.

Pese a todo, *Periodismo en cambio* recuerda, de manera constante en los diversos capítulos que conforman el libro, que tales transformaciones no cuestionan (al contrario, contribuyen a su reforzamiento) la permanencia de atributos tradicionales del periodismo como la constante búsqueda de la veracidad en el quehacer cotidiano y la permanente labor de contraste y verificación de los datos, la deontología en la totalidad de su comportamiento, la necesidad de estar en contacto con la realidad y no permanecer aislado en la burbuja de la redacción informativa, la apuesta estratégica por la elaboración de relatos rigurosos y originales, la decidida lealtad hacia los ciudadanos..., en suma, la asunción de un conjunto de valores que permiten que el periodista cuente con la necesaria autoridad para interpretar la realidad y orientar a los usuarios indicándoles lo que es verdaderamente importante y relevante.

Uno de los aspectos más significativos del libro es su capacidad para aunar la reflexión teórica con el análisis práctico del *statu quo* del periodismo. En el primero de los planos la obra examina el impacto que han tenido teorías como la ya celeberrima Ecología de los Medios sustentada en los estudios de McLuhan, Innis, Ong o Postman o los no menos conocidos trabajos de Erikson sobre «identidad». También analiza las aportaciones de McCombs y Shaw sobre la teoría del establecimiento de la agenda o «agenda setting», el concepto de metamedio (enunciado primero por el propio McLuhan aunque posteriormente desarrollado por Kay y Goldberg y categorizado por Manovich) e incluso las más novedosas contribuciones de Alonen referidas a la movilidad.

El análisis práctico de la actual industria de la información pasa por la referencia a cuestiones como el fenómeno de las aplicaciones móviles, el empleo de drones, la utilización de las redes sociales y los emergentes procedimientos de conversación con los lectores, el uso de nuevos procedimientos narrativos transmedia o la búsqueda de novedosos modelos de negocio. Asimismo contempla diferentes proyectos de redefinición del periodismo, tanto los liderados por medios de comunicación clásicos como pueden ser *The New York Times* o *The Washington Post* como los referidos a iniciativas creadas hace apenas unos años de la índole de *Rue89* o *Mediapart*.

*Periodismo en cambio* concluye con un mensaje que pretende transmitir optimismo sobre la pervivencia del periodismo como profesión y de los periodistas como trabajadores cualificados de la misma. Dicho planteamiento quedaría en buena medida sintetizado en el párrafo: «El periodismo, a pesar de la crisis endémica de los medios y de la profesión, permanece como una necesidad para la construcción de sociedades informadas y libres. La abundancia de información

en diferentes plataformas y de acceso libre, en muchas ocasiones producida por los propios usuarios o lectores, refuerza el papel del periodista como intérprete de la actualidad, es decir, como un profesional que pone en práctica unos preceptos —reglas de clasificación, ordenación y selección— (Ladevéze, 1995:21) que no se pueden aplicar mecánicamente, puesto que se trata de una actividad esencialmente creativa e interpretativa. A la hora de analizar estos aspectos, resulta imprescindible retomar las cuestiones básicas del periodismo, aquellas que, tal y como hemos indicado anteriormente, permanecen como la base del buen periodismo a lo largo del tiempo y al margen de los soportes en los que se difunden los mensajes».

David Parra Valcarce  
Universidad Complutense