

## **Ecosistema de Cibermedios en España. Tipologías, iniciativas, tendencias narrativas y desafíos**

Carlos Toural-Bran y Xosé López-García (coordinadores)

Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Salamanca, 2019. 250 páginas.

**E**ste libro surge de un proyecto de investigación coordinado por los profesores de periodismo de la Universidad de Santiago de Compostela Carlos Toural-Bran y Xosé López-García con el objetivo de explorar el comportamiento de la audiencia en el ecosistema mediático digital. *Ecosistema de Cibermedios en España. Tipologías, iniciativas, tendencias narrativas y desafíos* está dividido en dos partes. En la primera se hace un repaso desde el siglo XX al panorama actual en el que se encuentra la Sociedad de la Información y en la segunda parte se analiza el futuro de las audiencias y los medios en este nuevo ecosistema de medios que está surgiendo fruto de las nuevas tecnologías.

A lo largo de los capítulos se observa una profunda investigación en la que miembros de las universidades de Santiago de Compostela, Navarra, Catalunya, Málaga y A Coruña tratan de demostrar que la innovación digital de los medios hace necesario centrar el estudio en los usuarios y las audiencias frente a los medios, de los cuales ya existen numerosos estudios previos.

Este trabajo comienza por analizar el mapa de los cibermedios en España en mayo de 2018 desde el punto de vista cualitativo y cuantitativo y para ello, sus autores ofrecen un riguroso estudio sobre todos los aspectos relativos a los medios (identidad, plataformas, temas, idiomas, entre otros) con la intención de proporcionar una cartografía pormenorizada de las publicaciones españolas. Y a continuación se incluye un estudio sobre el valor de las marcas periodísticas y el *engagement* de las audiencias. La intención de sus autores es recopilar y analizar la percepción de los usuarios sobre la calidad de los medios respecto a la credibilidad y el valor que le dan al periodismo. Se observa que la calidad, la honestidad y la diferenciación son puntos clave para que los consumidores valoren positivamente los productos periodísticos.

Se estudian también la evolución del periodismo y el consumo de noticias en otros formatos y dispositivos móviles. Los autores analizan cómo el uso de móviles está cambiando las rutinas de los profesionales de la información y las narrativas periodísticas, lo que hace surgir nuevos formatos con características y peculiaridades muy novedosas aún en fase de experimentación. Añaden datos sobre el consumo de noticias digitales a través de encuestas realizadas entre 2014 y 2018 en un estudio enmarcado dentro del proyecto Digital News Report de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Y concluyen que el consumo de noticias a través de Internet ha fragmentado la oferta y la demanda, así como desplazado el uso de los soportes tradicionales de los medios de comunicación y que la desconfianza hacia las informaciones digitales está creciendo especialmente entre los más jóvenes.

También elaboran un perfil sobre cómo es el consumo de noticias de los usuarios digitales españoles a través de varios factores como los dispositivos, las fuentes y lugares de consulta o el formato de noticias, entre otros. Con este análisis sus autores buscan comprender los motivos por los que la audiencia evita informarse y también, cómo afectan la publicidad y el uso de bloqueadores publicitarios al contenido informativo y al futuro de los medios. Analizan la evolución de las narrativas digitales en la segunda década del siglo XXI. El estudio incluye una revisión sobre los cambios en la narrativa periodística derivados de la aparición y uso de herramientas transmedia, la hipertextualidad o la interacción, que permiten por un lado que las informaciones se presenten en varias plataformas y, por otro, favorecen una mayor interacción de la audiencia.

El libro continúa con una revisión del periodismo transmedia y las nuevas narrativas que surgen de la unión de los medios tradicionales con las nuevas tecnologías. Para llevarla a cabo se analizan casos concretos en los que los diarios internacionales aplicaron estas técnicas a reportajes en 2017 y 2018 para comprobar qué aportan las nuevas técnicas al periodismo tradicional y si se están dando pasos hacia un nuevo periodismo.

La primera parte de este texto finaliza con una revisión a los nuevos formatos y canales de producción y distribución periodísticos, derivados del uso de móviles para informar y mantenerse informado. Se analizan las nuevas narrativas digitales como la realidad virtual, aumentada o los vídeos en 360 ° que proporcionan nuevas perspectivas a la información. También se estudian los nuevos modelos de producción y distribución basados en un periodismo más personalizado y se revisa ampliamente cómo funciona la verificación de los contenidos informativos o *fact-checking*.

En la segunda parte se avanza los cambios que previsiblemente experimentará la comunicación en general y el periodismo en particular, se estudia la evolución de las audiencias desde sus inicios hasta la actualidad, centrándose en las nuevas métricas de comunicación online y, finalmente, tratan de anticipar hacia dónde se dirige la tercera generación del periodismo digital y también conocer cómo deberían adaptarse los medios y los periodistas a este nuevo ecosistema de cibermedios.

*Ecosistema de Cibermedios en España. Tipologías, iniciativas, tendencias narrativas y desafíos* profundiza en la evolución que viven los medios de comunicación y en la importancia de investigar acerca de las nuevas tendencias para anticiparse al futuro del periodismo.

Mónica Melero Lázaro  
Universidad de Valladolid