

Periodismo con futuro

Iván Puentes-Rivera,
Francisco Campos-Freire,
Xosé López-García (Editores)
Porto: Media XXI, 2018 (108 páginas)

Los retos a los que presumiblemente ha de enfrentarse el periodismo en los próximos años son la materia que protagoniza *Periodismo con Futuro*. El volumen, elaborado en el marco de actividades de la red XESCOM, cuenta con la participación de más de veinte investigadoras e investigadores coordinados por los profesores Iván Puentes-Rivera, Francisco Campos Freire y Xosé López García.

La obra se inicia con una reflexión sobre el papel del periodismo como guardián del Estado, advirtiendo que la implantación de Internet ha traído consigo nuevas vías de participación para la ciudadanía, tanto en los medios de comunicación como en el día a día de la sociedad. En este contexto de cambios, Xosé López García, Ana Isabel Rodríguez Vázquez,

Jorge Vázquez Herrero y Cruz Negreira describen algunas de las nuevas formas periodísticas surgidas a lo largo de los últimos años en el marco de la innovación tecnológica. Se trata de conceptos como las narrativas transmedia, el periodismo móvil o la co-creación de contenidos por parte de los usuarios, materias en las que se profundiza en mayor medida en los capítulos subsiguientes.

En el segundo capítulo, Francisco Campos Freire y Marta Rodríguez Castro dan cuenta del grado de adaptación de algunas de las principales radiotelevisiónes públicas europeas al nuevo contexto digital. Partiendo de diferentes estudios dirigidos a conocer la percepción de la ciudadanía sobre la independencia de los medios de comunicación en sus respectivos países, se busca dar cuenta de qué estrategias siguen corporaciones como la *BBC* (Reino Unido), *France TV* (Francia), *YLE* (Finlandia) o *NPO* (Países Bajos) para mantener los altos estándares de calidad y el grado de compromiso con la sociedad que se les exige dada su naturaleza de medios públicos.

José Rúas Araújo, Iván Puentes Rivera y Ana Belén Fernández Souto hacen un repaso por el crecimiento que la desinformación y los mensajes populistas han experimentado durante los últimos años. Los autores se hacen eco de la proliferación de este tipo de contenidos caracterizados por la polarización y la simplificación. Inciden, además, en la necesidad de alfabetizar tanto digital como mediáticamente a la ciudadanía. Todo ello con el objetivo de proveer al usuario de mecanismos a través de los cuales poder identificar el sentido y la procedencia de los contenidos que consume en cada momento.

La importancia de la anticipación se ha erigido como una de las señas de identidad en el panorama comunicativo existente en la actualidad. Valentín Alejandro Martínez Fernández, Óscar Juanatey Boga y Matías Membiela Pollán dedican el cuarto capítulo a destacar la importancia del contenido predictivo en un contexto marcado por la hipersegmentación temática. Así, gracias al uso de algoritmos que reconocen el comportamiento de los usuarios, resulta posible ofrecerle a cada individuo mensajes adecuados a sus intereses creando experiencias únicas y anticipándose a sus deseos.

Otro de los campos en constante avance y adaptación en el sector periodístico es el de los perfiles profesionales. Estos han de adaptarse constantemente a las necesidades del mercado, a la reconfiguración empresarial y a las innovaciones tecnológicas. Miguel Túñez y Ana Gabriela Nogueira se hacen eco en el quinto capítulo de las principales habilidades y competencias que entran a formar parte del perfil profesional del periodista en el siglo XXI. Los autores reflejan en este texto la importancia que la automatización de contenidos, el big data y el empleo de cada vez más herramientas tecnológicas tendrá en el desarrollo de la profesión periodística en los próximos años.

Dentro de esta multiplicidad de herramientas se encuentran, como no podía ser de otro modo, los dispositivos móviles. Estos han sido incorporados al día a día de la práctica periodística, alcanzando tal grado de importancia que incluso se habla ya de formas de periodismo construidas para y desde el teléfono móvil. En el sexto de los capítulos, Alba Silva Rodríguez y Carlos Toural Bran hacen un repaso de las principales líneas de investigación en el campo

de la comunicación y el periodismo móvil que, en la actualidad se centran en aspectos como la usabilidad, el empleo de los dispositivos por parte de diferentes colectivos o el potencial de la tecnología móvil para facilitar la coproducción de contenidos por parte de los usuarios.

La evolución de la narrativa es el aspecto al que Berta García Orosa y Santiago Gallur Santorum dedican el séptimo capítulo. Los autores destacan cómo esta ha sido uno de los aspectos en los que es posible encontrar un mayor grado de evolución en el marco de los procesos de incorporación de las nuevas tecnologías derivadas de Internet, tanto desde el punto de vista del periodismo como desde la óptica de la comunicación corporativa u organizacional. Todo ello gracias a la experimentación y el aprovechamiento del hipertexto, la multimedialidad y la interactividad, características definitorias del nuevo medio.

Ana Isabel Rodríguez Vázquez, Sabela Direito Rebollal y Diana Lago Vázquez muestran algunas de las estrategias que medios de comunicación de talla internacional como *The Guardian*, *The New York Times* o la *CNN* han puesto en marcha con el objetivo de monitorear el comportamiento de sus audiencias. En el marco del contexto hipersegmentado descrito en otras secciones del volumen, cobra mayor importancia conocer cómo y cuándo acceden a los contenidos los usuarios para, de este modo, poder satisfacer sus necesidades. Las autoras destacan, además, la necesidad de proseguir con los avances en el desarrollo de las métricas y la investigación en el campo de las audiencias.

El décimo capítulo, firmado por Xosé Antonio Neira Cruz, sirve para realizar un repaso por la adaptación de géneros periodísticos convencionales como la entrevista,

la crónica y el reportaje al modelo narrativo transmedia. A partir del estudio de tres casos concretos el autor consigue mostrar cómo la narración a través de diferentes soportes sirve para dotar de mayor profundidad los temas abordados al tiempo que, en algunos casos, puede llegar a existir una fina línea entre géneros como, por ejemplo, el reportaje y el documental. Neira Cruz concluye, además, que las narrativas transmedia abren una puerta a la colaboración de la audiencia en la elaboración de los contenidos periodísticos.

En el undécimo y último capítulo, Xaquín Veira González y María Luisa Otero describen pormenorizadamente las diferentes fases de creación de un producto infográfico basado en una gran base de datos. Los autores toman como ejemplo la visualización «Unaffordable Country», publicada por el diario británico *The Guardian* para exponer cómo gracias a la infografía multimedia es po-

sible dar cuenta de un gran volumen de datos que, de otra forma, sería muy complejo transmitir. Los autores reflejan también el potencial de la visualización como fórmula para establecer contacto entre los medios de comunicación y la audiencia.

Por tanto, *Periodismo con Futuro* busca dar cuenta de los desafíos a los que se enfrenta la profesión periodística en la actualidad, así como aquellos que se prevén para los próximos años. Todo ello en un escenario comunicativo marcado por el creciente peso de la innovación tecnológica, que influye en gran medida en las decisiones tomadas por los medios de comunicación y lleva a la aparición de un sinfín de posibilidades, tanto desde el punto de vista de la producción de contenido como desde su consumo.

Ángel Vizoso

Universidad de Santiago de Compostela