

## Medios nativos digitales en España Caracterización y tendencias

Ramón Salaverría Aliaga y María del Pilar Martínez-Costa (Editores)

Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

Salamanca, 2021

310 pp.

ISBN: 978-84-17600-60-0



En uno de los flashbacks con los que Orson Welles recompone la vida de aquel magnate solo medio imaginado al que se refería como Kane por no poder llamarle Hearst, se reconstruía el periplo del protagonista al mando del Inquirer; desde su estruendoso aterrizaje en la por entonces humilde cabecera hasta su consolidación como periódico de referencia. Aquel recuerdo al que le ponía voz el señor Bernstein se saldaba, además de con un rociado cáustico a la profesión periodística, con un recordatorio de la compulsión por el cambio que ya entonces acompañaba al paisaje mediático y que, en cierto modo, ha viajado intacta –corregida y aumentada, si se quiere– hasta nuestros días.

Puede, es verdad, que la asimilación del cambio como rasgo consustancial al fenómeno de los medios de comunicación haya alimentado un espejismo de normalidad a la hora de percibir la transición digital que ha transformado radicalmente el modo en el que se producen y consumen contenidos y es ahí donde la retrospectiva reposada propuesta en *Medios nativos digitales en España*, volumen editado por los profesores Ramón Salaverría y María del Pilar Martínez-Costa cobra especial sentido. Si hace más de un par de décadas ya advertía Ignacio Ramonet en *Internet*, el mundo que llega del impacto irreversible que la universalización de *Internet* iba a tener en las rutinas periodísticas, el presente libro es

una constatación sistemática e incansable en su recurso a los datos de que aquel intuido cambio descomunal ha llegado, probablemente, a más incluso de lo que se vislumbraba entonces.

Salaverría, catedrático de Periodismo de la Universidad de Navarra y referencia indiscutible en este campo desde tempranas obras seminales como *Manual de Redacción ciberperiodística* (2003), que coeditó con el profesor Díaz-Noci, *Redacción periodística en Internet* (2005), *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España* (2005), o *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones* (2008) inaugura el bloque introductorio del libro con una radiografía iniciática que condensa todo lo que necesita saber quien haya podido perderse en la maraña de cambios que ha ido coleccionado la transición digital.

El título de esta primera parte, “Contexto”, puede resultar engañoso si se espera solo un mero telón de fondo. Destila ya el poso reflexivo que atraviesa a toda la obra: hay datos en abundancia y concisa exhaustividad, ya se ha dicho; pero entendidos como medio y no como fin porque el norte siempre es el mismo: invitar a una reflexión diacrónica sobre la verdadera enjundia de una transformación sin precedentes.

Plantea Salaverría en este arranque, por ejemplo, cuestiones de calado como el espinoso desfase entre el “cambio radical” que han sufrido “los patrones de consumo informativo” y las decisiones de muchos directivos de empresas periodísticas en el amanecer de este cambio radical, “casi siempre tímidas, defensivas, más orientadas a guardar la ropa de sus negocios tradicionales que a nadar en las nuevas aguas digitales”. El autor sabe defender sus aseveraciones en un recorrido posterior por las etapas del ciberperiodismo argumentado pacientemente por alguien que lleva diseccionándolo con envidiable lógica causal durante dos décadas.

Rebasado el umbral de esta primera parte, el volumen se divide en otras cuatro más que abordan el mismo objeto desde perspectivas suficientemente diferenciadas y complementarias entre sí –las tipologías de los medios nativos digitales, su estructura, sus estrategias y las perspectivas profesionales–; engastadas todas ellas dentro el marco del proyecto DIGINATIVEMEDIA 2019-2021: “Cibermedios nativos digitales en España: formatos narrativos y estrategia móvil”, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

La fotografía de las tipologías queda exhaustivamente glosada a través del repaso a las plataformas, sus lenguas, alcance geográfico y grupos empresariales acometido por Samuel Negro y María del Pilar Martínez Costa; la revisión de medios especializados y generalistas en el paisaje de nativos digitales que facturan Pilar Sánchez-García y Avelino Amoedo-Casais; el recorrido por la distribución geográfica de estos medios facturado por María-Cruz Negreira-Rey; los análisis de caso de los que da cuenta Jorge Vázquez-Herrero en su epígrafe dedicado a los nativos digitales de referencia; y la perspectiva también de caso que adopta James G. Breiner para analizar el papel del servicio público en la consolidación de modelos exitosos en este ecosistema mediático.

El capítulo de Breiner no solo es un magnífico broche al apartado tipológico, sino que enlaza perfectamente con las disquisiciones que Alfonso Vara-Miguel escribe junto al propio Breiner en el primer capítulo del siguiente apartado, dedicado a la estructura. En él, los autores constatan que, si bien “se han introducido nuevas fórmulas de ingresos que contribuyen al sostenimiento económico de las empresas informativas (...) la mayoría de medios digitales siguen aspirando a financiarse casi exclusivamente con la venta de espacios publicitarios”. El viraje hacia contenidos con los que facilitar la interacción, examinado por Cristina Sánchez-Blanco y Charo Sádaba, y el repaso a los perfiles de audiencia de Samuel Negro y Jürg Kaufmann-Argueta completan este apartado estructural.

Los cambios en la producción de contenidos digitales derivados de la irrupción de los dispositivos móviles analizados por Alba Silva-Rodríguez; las narrativas interactivas e inmersivas que estudian Jorge Vázquez-Herrero y Sara Pérez-Seijo; las fórmulas de coproducción de contenido que listan José Sixto-García y Ana Isabel Rodríguez-Vázquez; las fronteras entre el periodismo multiplataforma y el transmedia que examina Carmen Costa-Sánchez; y el pormenorizado análisis del mercado de podcast en los medios digitales de Avelino Amoedo, Elsa Moreno y María del Pilar Martínez-Costa completan un capítulo, el de estrategias, que profundiza aún más en la radiografía del fenómeno estudiado.

Al examen final de los perfiles profesionales acuden José Sixto-García, Xosé Soengas-Pérez y Ana Isabel Rodríguez-Vázquez con sus reflexiones sobre la dicotomía entre la polivalencia y la especialización; Ángel Vizoso con observaciones al hilo de la emergencia del periodismo de datos y la visualización de la información; Javier Serrano-Puche con el pujante rol de los periodistas verificadores; y Carlos Toural-Bran y Ángel Vizoso, con su encendida defensa de la formación ante los retos que la automatización la inteligencia artificial le presentan al periodismo actual. Xosé-López García y Berta

García-Orosa rematan la panorámica de la obra con un epílogo sobre la regeneración del mercado periodístico español impulsada por los cibermedios.

Entre todos ellos se entabla, además, una conversación en la que son frecuentes las interpelaciones a futuros desarrollos

en capítulos posteriores o menciones a otros que les anteceden; detalles que confirman la sensación perenne de que es ésta una obra verdaderamente colectiva.

Roberto Gelado Marcos  
Universidad CEU San Pablo