

## Ecosistema de cibermedios en España: tipologías, iniciativas, tendencias narrativas y desafíos

*Ecosistema de cibermedios en España*

Carlos Toural-Bran y Xosé López-García, coords.  
Salamanca, Comunicación Social, 2019

---

Xosé López-García, Carlos Toural-Bran, Jorge Vázquez-Herrero y Ángel Vizoso-García, investigadores de la Universidad de Santiago de Compostela, inician este texto con una introducción que nos sitúa en la Sociedad de la Información y cómo el ciberperiodismo es parte de ella, en sus tres componentes, como cultura, como innovación y como economía.

Desde inicios del siglo XXI, los investigadores españoles que han enfocado su interés en el campo del periodismo y la tecnología se han vuelto a encontrar en este tomo para analizar los futuros caminos del ciberperiodismo, sus usuarios, las narrativas, la ubicuidad y los modelos de negocio, entre otros temas importantes para el desarrollo y consolidación del periodismo en la Red.

Como dice el editor, *Ecosistema de cibermedios* en España traza un mapa actualizado de los cibermedios que nos permite identificar los rasgos que caracterizan la evolución de los usos y preferencias informativas de los públicos, así como el análisis de los contenidos informativos y las formas narrativas de mayor influencia social en las diferentes plataformas de publicación de los medios digitales, ya que —como se ha podido comprobar durante estas investigaciones— estas nuevas formas de contar han consolidado la aparición de nuevos cibermedios y nuevos públicos.

Así, en este estudio, confluyen todos los grupos de investigación de las diferentes universidades españolas que estudian la transformación, evolución y nacimiento de medios digitales y su forma de existencia en la Red. Nombres como Ramón Salaverría, Samuel Negredo, Charo Sádaba, James G. Breiner, entre otros presentan un panorama de cómo trabaja, investiga e innova el ecosistema cibermediático de la península, bajo varias metodologías de investigación y aproximación a los medios digitales, a las audiencias y a los contenidos, así como a las estrategias de difusión y modelos de negocio.

En *Ecosistema de cibermedios* en España, encontramos un ejemplo de cómo la investigación coordinada orienta no solo a la academia sino a la empresa mediática para comprender mejor el oficio y la relación entre producción y consumo de información periodística en ambientes digitales y móviles. De esta manera, la academia hace su aporte a la empresa, con la finalidad de mejorar los contenidos y generar masa crítica sobre un ámbito de la Sociedad de la Información, como es el ciberperiodismo.

Como bien lo anotan en el texto introductorio, “Desde el grupo Infotendencias, con distintos integrantes y colaboradores, se han promovido proyectos de investigación durante estos años para analizar desde la emergencia de los cibermedios hasta su evolución y características, los procesos de convergencia, las herramientas empleadas y sus aplicaciones, el papel de los usuarios y las vías de participación, los usos y consumos informativos o el periodismo para dispositivos móviles. Estos estudios, sumados a los realizados por un grupo de excelentes equipos de investigación del mapa universitario español, han contribuido a un seguimiento y conocimiento de las características del panorama de los cibermedios en estas dos primeras décadas”.

De acuerdo con el informe *Digital News Report*, del Reuters Institute for the Study of Journalism, se destaca que existe esperanza para la industria de los medios, en lo referente a la calidad y el modelo de pago para el lector, pues, desde la crisis de Facebook y el cambio de su algoritmo, se ha notado una caída del consumo de información en redes sociales y el crecimiento de las aplicaciones de mensajería, lo que incide en la mejor construcción del sitio web como repositorio de datos. Asimismo, el informe muestra el estado del desarrollo de las informaciones falsas.

En el primer capítulo, Ramón Salaverría, María del Pilar Martínez-Costa, James Breiner, Samuel Negro, María Cruz Negreira Rey y Miguel Ángel Jimeno cuentan acerca de las particularidades de los cibermedios españoles: tendencias de iniciativas locales, el alto uso de las lenguas propias y la alta dependencia de los ingresos por publicidad mediante un censo a más de 3500 medios.

En el segundo capítulo, Iván Lacasa Mas, María Victoria Mas y María Ángeles Cabrera González explican cuáles son las características y describen las prácticas de los medios de comunicación: contenidos publicados, su veracidad y credibilidad, así como las posibilidades de interactividad y participación de la audiencia.

En el tercer capítulo, Alba Silva Rodríguez y Xosé López García reflexionan sobre los cambios de las redacciones, el Mobile Journalist, en relación con las narrativas en este soporte móvil, en el cual el teléfono celular ha impactado en la transmisión de información tanto en directo como para consumo asincrónico.

Samuel Negro, Alfonso Vara Miguel y Avelino Amoedo hacen un recorrido del consumo informativo *online* en el capítulo cuatro, luego de analizar el decrecimiento del consumo informativo de los medios analógicos.

La publicidad, tanto como modelo de financiamiento, como práctica narrativa en los cibermedios, también es analizada por este grupo de investigadores, para presentar una radiografía general de cómo está la salud de los cibermedios en España, y así poder comparar con los ecosistemas de habla castellana, pues este volumen es un buen ejemplo del método y objetos de estudio sobre los cibermedios, ya que muchas investigaciones sobre periodismo digital, en Ecuador, por ejemplo, no abordan modelos de negocio, ritmo de innovación o estructuración de convergencia, por citar algunos elementos de análisis.

“En la segunda parte, se da cuenta de los cambios que, a corto plazo, experimentará la comunicación en general y el ejercicio del periodismo en particular. Todo ello con motivo de la integración de los dispositivos móviles en el día a día, tanto de los periodistas como de la audiencia”, a decir de los autores del prólogo.

Este volumen es indispensable para conocer por dónde van los derroteros del ciberperiodismo en lengua castellana, aunque es muy cierto que son realidades diferentes, la española y la de otras naciones de habla hispana, pero bien puede ser la referencia de cómo funcionan los sistemas mediáticos en ambientes digitales, las competencias que requieren las empresas mediáticas de los profesionales y el grado de inclusión del periodismo en la Sociedad de la Información.

Pocos trabajos han sido constantes como la medición y análisis del ecosistema de cibermedios en España, debido a la unidad y compromiso de los investigadores para erigir este tema como objeto de estudio entre las ciencias sociales y la comunicación.

*Revista URU*