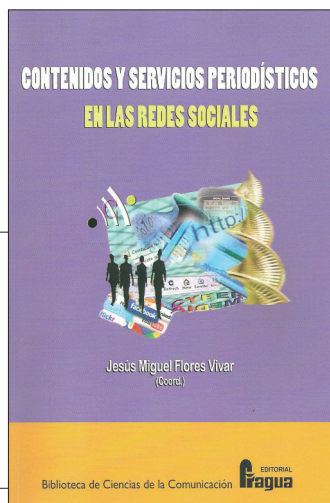


EL PERIODISMO EN TIEMPOS DE REDES SOCIALES

FLÁVIA GOMES-FRANCO E SILVA
flavia.gomes@urjc.es

Contenidos y servicios periodísticos en las redes sociales

Jesús Miguel Flores Vivar (coord.)
Editorial Fragua
Colección Biblioteca de Ciencias de la Comunicación
ISBN: 978-84-7074-612-3
Madrid, 2013. 292 páginas



Si habláramos en términos de posicionamiento web, los trabajos producidos, editados y coordinados por el doctor Jesús Miguel Flores Vivar se encontrarían en las primeras páginas de resultados de un buscador cuando el usuario introdujera una serie de palabras clave relacionadas con los cybermedios, los multiformatos, las redes *online*, la interactividad y el nuevo periodismo. Nuevo no porque el de ahora sea otro, diferente del anterior. Una vez le oí decir al profesor Flores Vivar que el periodismo es periodismo y punto, posicionándose en contra de los adjetivos que se han puesto de moda para calificar al periodismo cuando lo que en realidad lo define, dentro o fuera de la Red, son sus principios. Y estos no han cambiado.

Contenidos y servicios periodísticos en las redes sociales sigue en la línea de las anteriores obras del autor, con el afán de invitar al lector a estar atento a los cambios provocados por la tecnología. Una escritura a varias manos, en la que se percata una impecable labor de coordinación, que refleja los resultados de investigaciones empíricas realizadas durante el año 2013¹. Una obra clara, contundente y necesaria en tiempos de crisis (sobre todo de identidad), puesto que Internet ha traído consigo numerosos desafíos a los profesionales de la comunicación, los cuales deben saber utilizar las herramientas digitales interactivas en beneficio de la calidad de la información.

[01] Los capítulos que componen la obra han sido redactados por los investigadores del 'Proyecto Cybermedia II: Desarrollos e innovaciones del periodismo en las redes sociales en Internet y telefonía móvil. Convergencias, modelos de negocios, servicio y formación', un proyecto competitivo del Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Economía y Competitividad (CSO2011-25235).

Las primeras páginas del libro constituyen un compendio de buenas razones para seguir leyendo. Es en la introducción donde se reúnen breves pinceladas acerca de los grandes retos informativos en la era de las plataformas sociales, representados por el hecho de que “el periodismo en red rompe con la jerarquización de los controladores de los medios e inicia otras formas de informar e informarse”. A medida que el lector avanza, la toma de contacto con el carácter sociocívico del periodismo en la web es inminente e inevitable. El diálogo, la interactividad, la compartición y el intercambio van construyendo el escenario por el que se irán difuminando las barreras dicotómicas entre el emisor y el destinatario.

Ya en el primer capítulo, el doctor Mariano Cebrián Herreros retoma la convergencia de los medios de comunicación de la mano de Henry Jenkins para presentar las interconexiones de las redes sociales. Y lo hace de forma admirable, como siempre, dejando un regusto agrisado por la certeza de haber sido esta una de sus últimas contribuciones a las Ciencias de la Comunicación. En este apartado, el profesor explica, entre otros temas relevantes, las distintas etapas evolutivas de la web (1.0, 2.0 y 3.0) y la utilización de los prefijos multi-, hiper- trans-, inter- y cros- en la composición del vocabulario propio de los tipos de contenidos distribuidos en red.

A partir del segundo capítulo, distintos autores –todos ellos expertos en la materia en cuestión– contemplan una amplia variedad de temas derivados de los efectos de las redes sociales en la práctica del periodismo profesional. Habría que partir, por tanto, de uno de los conceptos que rigen la obra. Y lo hacen: “Un concepto cuya definición se refiere a una enorme estructura social formada por grupos de personas con intereses comunes, pensamientos semejantes, conectadas entre sí y construyendo lazos a través de comunidades”. Mediante esta definición de *social network* o red social, el lector se va acercando poco a poco a las distintas plataformas descritas en la obra.

A este respecto, cabe señalar la presencia destacada del servicio de *micro-blogging* Twitter en diversos apartados. Con ello, se confirma la pertinencia de la publicación, teniendo en cuenta el elevado número de estudiosos del tema (Suzanne Lysak, Wilma Stassen, Jisun An...) que corroboran el potencial periodístico de Twitter. Esto no significa, sin embargo, que en el libro no se haga referencia a todos los tipos de medios sociales, desde las redes generalistas hasta los repositorios de vídeo, asociándolos de manera casi natural a las rutinas informativas actuales.

Tampoco se echa en falta el análisis de las aplicaciones (APP) en el desarrollo del periodismo móvil, todo ello contextualizado por “un nuevo paradigma de la comunicación, en la época 2.0, en la que la tecnología es una condición indis-

pensable para no quedarse fuera de juego”. También es cierto que, una vez llegados a este punto, volveríamos a Twitter. Un regreso para nada criticable, sino imprescindible a la hora de investigar quiénes son los verdaderos protagonistas de los acontecimientos diarios, los prescriptores de opinión.

En toda la obra, se reconoce con facilidad la inquietud de su coordinador en una constante búsqueda del vínculo estable entre la innovación y la viabilidad. En su tesis doctoral, defendida en el año 1999, el profesor Flores Vivar ya contemplaba las profesiones emergentes en virtud de la tecnología aplicada al periodismo, vislumbrando nuevas perspectivas laborales a los recién llegados al mercado laboral. Preocupado por encontrar alternativas para la financiación de los medios a la vez que plantea una formación académica más cercana a la demanda de los mercados, el autor se propone contestar las siguientes preguntas:

- ▶ ¿Cómo formar periodistas multimedia para redacciones integradas?
- ▶ ¿Cómo promover una cultura emprendedora para el desarrollo de proyectos vinculados a Internet?
- ▶ ¿Cómo crear especialidades bajo una vertiente tecnológica?
- ▶ ¿Cómo fomentar el uso de la minería de datos para la investigación periodística?

Las respuestas se encuentran esparcidas por toda la obra. *Contenidos y servicios periodísticos en las redes sociales* es, desde luego, un ejercicio constante de equilibrio entre la enseñanza, la práctica y la sostenibilidad del periodismo que nos ha tocado construir (y compartir) en Internet.