

Fecha recepción: 13/05/2021

Fecha de publicación: 31/07/2021



El periodismo y la frontera digital

José Antonio Abreu Colombri | abreucolombri@gmail.com

Libro:

María José Ruiz Acosta y Antonio López Hidalgo (2020). *El periodismo en tiempos de realidad virtual*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones: Salamanca, España., 210 pp. ISBN:978-84-17600-09-9. 4p. ISBN: 9788417600099

Cómo citar este texto:

José Antonio Abreu Colombri (2021) El periodismo y la frontera digital. *Miguel Hernández Communication Journal*, 12 (2), pp. 613 a 616. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/mhjournal.v12i.1369

How to cite this text:

José Antonio Abreu Colombri (2021) Journalism and digital frontier. *Miguel Hernández Communication Journal*, 10 (2), pp. 613 a 616. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/mhjournal.v12i.1369

¿Se ha iniciado un proceso de deconstrucción del periodismo tradicional? Esta es una pregunta muchas veces formulada a lo largo de los diferentes apartados de la publicación de María José Ruiz Acosta¹ y Antonio López Hidalgo². Desde hace varios años, el grupo editor³, en su colección especializada en estudios periodísticos, está empleando muchos recursos para publicar investigaciones relacionadas con el periodismo electrónico y la dimensión digital de la comunicación. La estructura del libro se compone de un prólogo y siete capítulos o bloques. El prólogo realiza una presentación general de las diferencias vertientes de la investigación y reflexiona sobre la pérdida de garantías informativas con la llegada de los soportes digitales. Cada capítulo tiene conclusiones y referencias documentales (individualizadas).

Hacia una redefinición del periodismo: retos y perspectivas en el contexto digital (primer capítulo) es obra de Ramón Reig y Rosalba Mancinas-Chávez. En los primeros párrafos se plantea una definición teórica del periodismo, dicha definición se analiza en contraposición a la praxis periodística. El lenguaje es bastante directo y huye de eufemismos; se califica a la información digital como una “adulteración del periodismo tradicional”. Las nuevas tecnologías de la información se ponen en el punto de mira de la crítica, ya que se las considera el principal agente de desestabilización del proceso de creación de documentos periodísticos rigurosos y veraces. Las tendencias generales entre todos los colectivos son bastante negativas, porque los nuevos hábitos metodológicos condicionan el trabajo bien hecho, desencadenando una situación de inferioridad competitiva para los partidarios del modelo tradicional.

El segundo capítulo, *La identidad del periodismo del siglo XXI: entre la desinformación y las fake news* (María José García Orta y María José Ruiz Acosta), es uno de los temas más polémicos y controvertidos de la sociedad actual, sobre todo si se afronta en clave local y nacional. En estas páginas se recalca la importancia del *fact-checking* y la consolidación general de las *fake news*. Del mismo modo, se crea un marco analítico entre los primeros pasos del periodismo profesionalizado y las buenas prácticas periodísticas en la Era Digital, prestando una especial atención al proceso de verificación de fuentes y al establecimiento de criterios de fiabilidad de mensajes periodísticos en España.

La llegada de Internet ha tenido un efecto muy positivo para la divulgación de contenidos de forma barata e instantánea, pero también ha tenido efectos muy negativos. Las cabeceras digitales han provocado una proliferación de contenidos pseudoperiodísticos de calidad ínfima, a través de la autoría ciudadana y *amateur*. Paralelamente, las audiencias se han fraccionado; los ingresos por venta directa y comercialización publicitaria se han desplomado. Las redes sociales y las plataformas *feed-back* de los sitios web de los periódicos han provocado ambientes tóxicos para los lectores y, a su vez, han fomentado el ascenso de personajes muy influyentes. En las redacciones, la vieja especialización profesional ha dejado paso a la transversalidad de creadores de noticias y contenidos de opinión. Todos estos factores han auspiciado una gran transformación del modelo empresarial del periodismo en la actualidad. *Nuevos espacios para la redefinición de la profesión periodística* (José Luis Rojas Torrijos y Concha Pérez Curiel) es el título del tercer capítulo.

La producción informativa en el ámbito digital ha tenido aspectos positivos en lo que a espacio de edición y costos de distribución se refiere. La especialización informativa no está reñida con la nueva frontera digital, ya que la fragmentación de las audiencias requiere un diseño pormenorizado de los productos informativos. *La especialización periodística como valor añadido en formatos digitales largos y pausados: Contexto, Esglobal y Yorokobu* está realizado por Maritza Sobrados-León y Manuel Cartes-Barroso (cuarto capítulo); un estudio de tres casos concretos y paradigmáticos de la especialización informativa en España. Los autores prestan una especial atención a todas las cuestiones relacionadas con los objetivos del proceso de creación y en la metodología de los formatos de la comunicación especializada.

En el quinto capítulo, *Riesgos y desafíos del periodismo inteligente*, Antonio López-Hidalgo e Isaac López-Redondo realizan una puesta en valor de la experiencia profesional del periodista y de las garantías de la información construida sobre criterios de rigor. Los diferentes apartados del capítulo propenden a denominar la experiencia del periodista como un valor

1 Es profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Ha impartido asignaturas de historia de la comunicación social, modelos de periodismo y teoría de la información. Entre sus últimas publicaciones destacan: Historia general de la comunicación: escritura y prensa y La prensa hispánica en el exilio de Londres (1810-1850).

2 Es profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Ha publicado algunos manuales de referencia para los estudios de grado y posgrado del periodismo en España e Hispanoamérica: Periodismo narrativo en América Latina, La entrevista. Entre la información y la creatividad, El titular. Manuel de titulación periodística y Géneros periodísticos complementarios.

3 Comunicación Social Ediciones y Publicaciones es uno de los sellos más importantes en el panorama académico español, está especializado en las áreas del periodismo, la comunicación audiovisual, la historia de la comunicación social, el marco jurídico de la empresa comunicativa, la metodología de investigación y la teoría de la información periodística.

agregado del trabajo resultante, esta afirmación se presenta con razonamientos deontológicos. Con un marco metodológico bastante sólido, sintetizando las principales corrientes teóricas al respecto, los autores identifican a la automatización de las redacciones y la robotización de las narrativas periodísticas como las principales responsables de la pérdida de calidad en los productos periodísticos. Inevitablemente, la inteligencia artificial se impondrá en todos los medios de comunicación y, consiguientemente, alterará la manera de interpretar la realidad global y de contar hechos de forma veraz y pormenorizada. El sexto capítulo, *La transformación digital de la Prensa* (José Álvarez Marcos), está dotado en una importante labor de síntesis, sobre la relación de los conceptos clásicos de la información con la frontera digital, la evolución histórica de los canales electrónicos y la resiliencia profesional de los periodistas ante la transformación de los modelos productivos de la información. El autor describe, de forma retrospectiva, del rol de los profesionales del periodismo y las dinámicas empresariales de los gestores de las cabeceras periodísticas. En estas páginas, también se hace un repaso muy original sobre los primeros pasos de la digitalización del periodismo tradicional, lo que se conoció en su momento como ciberperiódicos. El autor trata de intuir posibles escenarios, de forma interpretativa, para las cabeceras periodísticas consolidadas, en futuros contextos de inteligencia artificial y *Big Data*.

El séptimo (último) capítulo se titula: *Nuevas narrativas en el periodismo audiovisual. Realidad aumentada en la información audiovisual en España* (Inés Méndez Majuelos). Desde hace décadas, tanto en España como en el resto de países del mundo, se ha producido un fenómeno progresivo de generalización de las narrativas audiovisuales en todos los canales comunicativos existentes. La autora reflexiona sobre algunos temas que guardan relación con la influencia general del relato audiovisual en España: periodismo inmersivo, realidad aumentada por el efecto de los contenidos audiovisuales, información periodística especializada, divulgación cultural, géneros de opinión, innovación de guiones de contenido social y de la vida privada, *et cetera*. En el caso concreto de la innovación de los medios de comunicación españoles, existe una fuerte influencia de los contenidos surgidos en los Estados Unidos. Sucede exactamente lo mismo con la adopción de nuevos soportes tecnológicos para la edición, la emisión y la clasificación de contenidos.

La llegada de Internet y la informatización del proceso de redacción ha supuesto una verdadera revolución para el mundo del periodismo. En ciertos casos, se ha producido una transformación total de las formas de explotación comercial y se ha reducido el tiempo de producción de contenidos informativos. Estos factores constituyen una realidad incontestable, pero es una realidad parcial e incompleta. La coordinación de Ruiz Acosta y López Hidalgo reproduce una tendencia (bastante extendida desde finales de la década de 1990) que ensalza el modelo periodístico clásico, por su naturaleza metódica y casi artesanal. Dicha tendencia ensalzadora cae en una mitificación permanente de un modelo periodístico lleno de subjetividades y disfuncionalidades.

La publicación no ejemplifica muchos casos positivos surgidos en la era digital, como la multiplicación de los accesos a la información periodística, la pluralidad de contenidos y mensajes, el surgimiento de nuevos medios de comunicación y el incremento de consumidores de información periodística (generalista y especializada). La financiarización y la concentración de la propiedad de los medios de comunicación no son cuestiones prioritarias para los diferentes autores que participan en esta obra colectiva. No obstante, los coordinadores de la publicación realizan una contribución interesante, completa y dinámica, que ayuda a comprender, en gran medida, todas las temáticas que se desarrollan.

Referencias

María José Ruiz Acosta y Antonio López Hidalgo (2020). *El periodismo en tiempos de realidad virtual*, Comunicación Social Salamanca: Ediciones y Publicaciones



Licencia Creative Commons
Miguel Hernández Communication Journal
mhjournal.org

Cómo citar este texto:

José Antonio Abreu Colombri (2021) El periodismo y la frontera digital. *Miguel Hernández Communication Journal*, 10 (2), pp. 613 a 616. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). DOI: 10.21134/mhjournal.v12i.1369