

proyectos de periodismo y comunicación intensamente marcados por «lo digital». En este contexto, el mundo académico y, en consecuencia, el editorial generaron una infinidad de títulos sobre el tema: las características de la comunicación on-line; los fundamentos de la novedosa redacción ciberperiodística; la nueva estructura comunicativa inaugurada por los cibermedios; las rutinas productivas que marcaban la inmediatez y la ubicuidad de la red; el perfil de los profesionales de la «cibercomunicación»; la convergencia de mensajes, redacciones y empresas; o incluso, el estado de la enseñanza y las demandas formativas que exigía el periodismo on-line...

Sin embargo, ante un objeto de estudio «vivo» y sumido en un estado de transformación y renovación permanente y continuada, fueron escasos, casi inexistentes, los estudios dirigidos a sistematizar, analizar, describir y proponer los métodos de investigación más apropiados para acercarse al objeto de estudio que había originado este vertiginoso escenario de cambios: el ciberperiodismo.

Ante esta coyuntura, la obra *Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada* aparece como una lectura tan provechosa como pertinente. Se trata, por tanto, de un trabajo no sólo necesario, sino urgente. Un equipo de 40 profesores e investigadores de diferentes universidades españolas y brasileñas, entre los que se encuentran algunos de los principales referentes del trabajo académico sobre ciberperiodismo que se ha desarrollado en los

últimos años en España (Ramón Salaverría, Javier Díaz Noci, Concepción Edo, Xosé López, Guillermo López, Koldo Meso, Bella Palomo, Xosé Pereira o Ainara Larrondo, entre otros) junto a expertos brasileños de reconocido prestigio, exponen las principales metodologías de investigación para el estudio del ciberperiodismo.

Los géneros ciberperiodísticos, la arquitectura de la información, el diseño periodístico en Internet, la narratividad, el periodismo participativo, las rutinas de producción, la convergencia periodística o la enseñanza del periodismo on-line, son algunos de los ámbitos temáticos que se trabajan en profundidad en esta obra. En cada caso, los autores exponen un exhaustivo estado de la cuestión, al tiempo que establecen un conjunto de recomendaciones y presentan una serie de herramientas metodológicas de gran utilidad para todos aquellos que trabajan, investigan o escriben en torno a «ese» periodismo que se realiza «desde» y «para» Internet. «Una propuesta para el diálogo y la discusión, fundamentalmente, con los estudiantes, los profesionales y los propios investigadores», según apuntan los editores Javier Díaz Noci y Marcos Palacios. Un *work in progress* ante un objeto de estudio sometido a una vertiginosa dinámica de cambios e innovaciones. Un libro necesario e imprescindible. Hasta ahora sabíamos —o creíamos saber— cómo era el ciberperiodismo. Ahora, disponemos ya de la reflexión conceptual y metodológica para saber cómo investigarlo.

Santiago Tejedor

ALBERICH PASCUAL, Jordi; ROIG TELO, Antoni (coords.).

Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas. Barcelona: Editorial UOC, 2005

Sin duda, nos encontramos ante un magnífico libro que hace honor a su título: *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas.* La obra

se divide en tres apartados (*Direcciones cambiantes, Tecnologías y contenidos; y, Formas y lenguajes*) y consta de nueve capítulos.

El doctor en Sociologia Manuel Campo Vidal abre el libro con «Motores de la transformación del mapa de la comunicación: la revolución interactiva». Para Campo Vidal existen tres factores que explican el nuevo contexto mediático: el tecnológico —transformación digital de la comunicación—, el económico —transformación de los mercados a través de alianzas y el papel fundamental de la publicidad en los procesos de transformación— y el político —tentaciones intervencionistas estatales.

Al capítulo del televisivo Vidal le sucede «De la comunicación de masas a la comunicación multimedia» (capítulo 2), de la doctora Imma Tubella i Casadevall, que resume de forma concisa los tres grandes retos a los que se enfrenta la tradicional comunicación de masas: el fin del público de masas a causa de la explosión y fragmentación del mercado audiovisual con la consiguiente crisis de identidad de las cadenas públicas y privadas, la necesidad de una reestructuración financiera del sector; y, la consecuencia negativa de la progresiva competencia de contenidos aparejados a la globalización.

El último capítulo de la primera parte de la obra («Producción cultural audiovisual en la sociedad de la información»), por su parte, es un excelente acercamiento a los nuevos agentes comunicativos que diseñan, crean y difunden contenidos dentro del esquema de medios digitales. El director del programa de Comunicación Audiovisual y profesor de Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC Antoni Roig sintetiza con gran acierto la diferencia existente entre los efectos de los media («¿Qué hacen los *media* a la gente?») y el interés por los usos de los media («¿Qué hace la gente con los *media*?»).

«El nuevo escenario audiovisual: los contenidos multiplataforma», de los periodistas Marc Mateu y Ferran Clavell, abre la segunda parte de la obra y en ella se observa el contexto audiovisual multiopcional que controlan los grandes grupos multimedia y la necesidad de crear nuevas estrategias empresariales. Según los autores, la multiplicación de opciones para la difusión de contenidos —Internet, los móviles, la

televisión digital, el DVD, etc.— obliga a las empresas creadoras a confeccionar contenidos rentables para más de un canal: «Más plataformas quiere decir más espectadores/usuarios/clientes, más formatos, más vías de pago, más problemas de gestión de derechos audiovisuales, más posibilidades de marketing *cross-plataform*, etc.» (p. 79).

Clavell firma «La música en la era digital» (capítulo 5), donde radiografía la transformación del mercado musical a raíz de la expansión y la socialización de las nuevas tecnologías que han traído consigo nuevas formas de vender y de consumir música. Durante los últimos años han surgido tiendas de discos en la red, servicios de suscripción, venta de canciones sueltas y lanzamiento de melodías para móviles, formas todas ellas que han creado un ecosistema de competencia directa frente a las tradicionales tiendas de música. Esta nueva forma de venta está estrechamente asociada a los nuevos consumos en los que la música deja de ser información intangible —música— empaquetada en una carcasa tangible a ser información codificada en ceros y unos.

Para Clavell la expansión de la tecnología ha cogido a contra pie a la industria musical tradicional, que ha cometido una serie de errores estratégicos, como por ejemplo: pensar que vende un producto tangible, no esforzarse en conocer las necesidades e inquietudes del consumidor; o, creer que en el nuevo entorno digital podría seguir basando su estrategia promocional en la simple compra de espacios publicitarios o ascensos en las listas de éxitos.

Las expertas en Biblioteconomía y Documentación Alice Keefer y Nuria Gallart cierran la segunda parte del libro con un capítulo que lleva por título: «El problema de la producción y la preservación de información digital». *Grosso modo*, las autoras realizan un brillante trabajo de recopilación de los recursos y documentos habitualmente utilizados en los medios de comunicación, la vulnerabilidad de estos materiales en la era de las descargas y la legalidad que las ampara.

David Domínguez Santamaría es profesor de Comunicación de la URV, presidente del Grup de Periodistes Digitals y firma

el primer text de la tercera part de l'obra («Lenguajes de la comunicació digital»). El autor repasa les característiques, aplicacions i eines de producció més habituals dels principals llenguajes (escriptura, fotografia, disseny gràfic i comunicació audiovisual) en entorns digitals. Donat que cada un d'aquests llenguajes se construeix al voltant d'estratègies narratives diferents, Santamaría pren com a base les teories del hipertexte per abordar-les dins del context de la multimèdia actual.

Després d'un penúltim capítol del coordinador de l'obra, Jordi Alberich, on s'expressa la nova estètica audiovisual digital, el doctor en Comunicació Audiovisual i professor a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la URL, Jordi Sánchez, tancarà l'obra amb «Nuevas formas en la

narració audiovisual». El autor descompon de manera didàctica el recorregut que ha experimentat la narrativa audiovisual des del discurs televisiu fins a les opcions que ofereixen els videojocs en la confecció de noves narratives interactives. En aquesta evolució tracta temes com la importància dels telefilms com a models narratius o els videoclip per argumentar les formes de narració que favoreixen les noves tecnologies.

Estem, doncs, davant d'una obra de referència. Útil per a docents i estudiants de llicenciatura i doctorat apassionats per les noves tecnologies que busquen, més enllà de les clàssiques obvies, una font per reflexionar i consultar. Chocolate pur.

Jon Murelaga Ibarra

LARRONDO URETA, Ainara

Los géneros en la redacción ciberperiodística. Contexto, teoría y práctica actual.
Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009

Seguint l'estela dels primers llibres sobre redacció periodística als mitjans d'Internet (*Manual de redacció ciberperiodística*, coordinat per Javier Díaz Noci i Ramón Salaverría, i *Redacció periodística en Internet*, de Ramón Salaverría), la jove professora de la Universitat del País Basc Ainara Larrondo publica ara aquest nou manual, en un moment de canvi en l'ensenyament del periodisme per la implantació de les directrius de l'Espai Europeu d'Ensenyament Superior.

La singularitat d'aquest nou manual és, sobretot, que es beneficia de les aportacions de la tesi doctoral de l'autora, aprovada amb la màxima qualificació possible a mitjans de 2008. En aquella tesi, Ainara Larrondo investigava el reportatge hipertextual, i per això feia un exhaustiu estat de la qüestió tant del reportatge i de les classificacions genèriques com dels coneixements sobre redacció als mitjans digitals. I ho feia, a més a més, de manera molt sistemàtica, sense caure en els reculls de consells que

sovint són els manuals de redacció periodística. Per tant, la sistematització i el caire científic de la matèria tractada són la primera cosa que s'ha d'agrair en aquest nou llibre.

El manual que ressenyem està dividit en dues parts. La primera tracta d'establir les bases teòrico-pràctiques de la redacció als cibermitjans, en tres capítols: el primer, dedicat a explicar el desenvolupament del ciberperiodisme, tant des d'un punt de vista històric, de la xarxa i del mateix ciberperiodisme, com des del punt de vista dels canvis que s'han produït, o s'estan produint ara mateix, tant en la professió periodística com en l'acadèmia. La professora Larrondo continua així la línia ja encetada en l'article que va publicar en el número d'aquesta mateixa revista *Anàlisi* dedicat al ciberperiodisme. El segon capítol explica les característiques del missatge ciberperiodístic, i el tercer i últim capítol d'aquesta primera part tracta de l'escriptura ciberperiodística, on s'introdueixen consells. En aquest important capítol s'exa-