

Introducción

Dra. María José Ufarte Ruiz
[Universidad de Castilla-La Mancha, España]

El periodismo se halla inmerso en una profunda reconversión (Casero-Ripollés, 2012). La crisis económica, la digitalización de los contenidos y el cambio de los modelos de negocio (García-Santamaría, 2014) han generado una serie de exigencias en los profesionales de la información, que les obliga a adquirir nuevas competencias y habilidades derivadas de la tecnologización para mejorar los procesos de producción y difusión de la información (Mellado *et al.*, 2011). El primer informe de la Unesco en 1989 sobre la Comunicación y la Información ya alertaba del cambio en el sector, al igual que el último *Informe Anual de la Profesión Periodística* (APM, 2018), que advierte de que los medios demandan cada vez menos periodistas y más otros perfiles y especialidades relacionados sobre todo con la gestión de sistemas de contenido (Rodgers, 2015), los algoritmos (Diakopoulos, 2015), el análisis de audiencias (Tandoc, 2014), los *big data* y el procesamiento de datos (Bruns, 2016).

Estos nuevos roles profesionales aparecen estrechamente vinculados a los cambios generados por la convergencia digital de las redacciones (Scolari *et al.*, 2008; Micó-Sanz; Masip-Masip; García-Avilés, 2009; Sánchez-Marín; Micó-Sanz, 2014; Álvarez-Monzoncillo; Suárez-Bilbao; De-Haro, 2016) y son vistos por algunos profesionales e investigadores como una amenaza, aunque en realidad suponen nuevas oportunidades (Deuze; Prenger, 2019). De hecho, Gómez-Calderón, Roses y García-Borrego (2017) consideran que los nichos de empleo más pujantes en los próximos años serán los relacionados con las nuevas posibilidades que ofrece el entorno digital, debido a que dentro de estos espacios emergentes puede producirse una hibridación entre las cualidades clásicas del periodista y las herramientas virtuales.

La esencia del periodismo actual está en la tecnología, pero también en la calidad de los contenidos (Masip, 2016; Deuze, 2017). De ahí que López-García, Rodríguez-Vázquez y Pereira-Fariña (2017) sostengan que los perfiles profesionales que perciben los periodistas en la actualidad, al margen de las herramientas concretas, cuentan con dos vectores centrales. El primero alude a los elementos básicos o fundamentos del periodismo, es decir, el conjunto de preceptos que se han sedimentado a lo largo del tiempo y forjado en procesos comunicativos a lo largo de la historia, siempre bajo un manto humanista y social, más o menos acentuado según los contextos. Y el segundo se refiere a la dimensión tecnológica, donde no se trata tanto de conocer las herramientas como de entender los fundamentos, adentrarse en los diferentes territorios y disponer de conocimientos para el trabajo individual o para el diálogo en los equipos interdisciplinarios que acometen buena parte de las piezas más complejas que difunden los cibermedios actuales y que circulan por los flujos del ecosistema comunicativo actual.

El entorno laboral de las empresas, empeñadas en la renovación para competir y actualizarse en el ámbito tecnológico, ha empujado a los profesionales a incorporar con rapidez las herramientas digitales, bajo el pretexto de que facilitan el trabajo y mejoran la práctica periodística (García-Avilés, 2007; Westlund; 2014). Pero este proceso de adaptación del periodista hacia un mundo que hasta hace poco no era el suyo ha sido complejo.

En el camino han desaparecido muchos perfiles tradicionales, algunos ya innecesarios, y se han metamorfoseado algunas labores clásicas que han articulado el quehacer de los profesionales de los medios durante años. Así lo recuerda Maritza Sobrados-León en el capítulo 1, titulado «Viejos perfiles profesionales para un periodismo en constante cambio», donde explica que el ambiente informativo se define en la actualidad por la mezcla entre viejos y nuevos medios y viejos y nuevos perfiles profesionales. La profesión debe adaptarse a los nuevos tiempos, pero sin renunciar a sus principios y fundamentos básicos: la verdad, la calidad, la precisión y la responsabilidad deben mantenerse inalterables, independientemente del soporte que se utilice.

Estos valores parecen manifestarse con claridad en las prácticas que las empresas periodísticas ponen a disposición de los estu-

diantes. Ana María López Cepeda y José Antonio Rodríguez Arco matizan en «Análisis comparativo del desarrollo de competencias en Periodismo en el ámbito universitario y profesional» (capítulo 2), que los medios de comunicación siguen demandando alumnos con competencias que potencian las habilidades tradicionales de la profesión, frente a las puramente tecnológicas, que quedan relegadas a un segundo plano. No obstante, los autores dejan claro que existe una importante brecha entre la formación académica que reciben los estudiantes en las facultades de Periodismo y Comunicación y lo que exigen las empresas hoy en día, por lo que es imprescindible modificar los planes de estudio para adaptarlos a las nuevas necesidades del mercado laboral, en línea con lo que también sugieren Tejedor-Calvo y Cervi (2017) y Schena, Besalú y Singla-Casellas (2018).

Sin embargo, la diversificación de la demanda laboral en puestos no tradicionales por parte de la industria constituye un signo claro del cambio que ha experimentado el sector. De esta manera, existen nuevas figuras para la empresa periodística transmedia, como detalla Luis Mauricio Calvo Rubio en el capítulo 3 de este volumen. Se trata de periodistas con competencias multidisciplinares, que responden a nuevas realidades de consumo y que combinan plataformas ya existentes con otras novedosas, además de distintos tiempos y tipos de público. Estos profesionales deben manejar las redes sociales y el posicionamiento en buscadores y ser capaces de conectar de forma creativa con la audiencia, que dota de contenido al relato periodístico con sus aportaciones. «La tecnología ha dado lugar a una nueva organización económica del periodismo que fuerza, redefine y a veces abandona las normas de la profesión», escriben Kovach y Rosenstiel (2003: 24).

Otra figura profesional cada vez más demandada es la del periodista de datos, también denominada *DaJo* o *Data Journalist*, según la terminología anglosajona. Francisco José Murcia Verdú explica en el capítulo 4, «El periodista de datos: la información se cuenta en cifras», que es un profesional que trabaja con grandes bases de datos, gestiona una gran cantidad de información y utiliza herramientas y *software* para analizarla y representarla a través de visualizaciones. Este nuevo perfil que está creciendo de la mano de las Tecnologías de la Información y la Comunicación encuentra su antecedente directo en el periodista de

precisión, cuyas competencias tradicionales (dominio de la informática, la estadística, las técnicas de análisis cuantitativo y la gestión de bases de datos) se amplían con el manejo de las nuevas tecnologías, la destreza en la presentación visual de la información y el conocimiento de las narrativas multimedia.

La verificación de la información, que conforma un elemento básico del periodismo, también se ha visto afectada por la dimensión computacional. Los estudios sobre el perfil profesional de los verificadores y la presencia de la tecnología en sus actividades se configuran como una avenida de investigación relevante en pleno proceso de revisión de las competencias, habilidades y prácticas profesionales vinculadas a los estudios de Periodismo. En este sentido, María José Ufarte Ruiz y Juan Luis Manfredi Sánchez exponen en «Mapa de los proyectos de verificación de datos en España: perfil profesional, competencias y organización» (capítulo 5), que existe una hibridación de perfiles y una transversalidad de conocimientos, aptitudes y actitudes en torno al *fact checker* que revela la necesidad de formar en nuevas competencias adaptadas al impacto de la innovación tecnológica. Los verificadores de datos han de dominar la comunicación multimedia y en diferentes soportes, ya que pueden encontrarse con datos e informaciones de diversa naturaleza —vídeo, audio, fotografías, texto— que han de saber integrar en sus productos periodísticos.

Los formatos narrativos se encuentran igualmente en plena fase de transformación y definición. El constante desarrollo de nuevos medios para la publicación de contenidos, con mayor énfasis en lo multimedia o en lo interactivo, ha hecho que surjan nuevas formas de contar las historias, de narrarlas. Es decir, los géneros tradicionales se han adaptado a la movilidad. Es el caso, por ejemplo, del reportaje, que como escribe Ángeles Fernández Barrero en el capítulo 6, titulado «La adaptación del reportaje al *storytelling* del periodismo móvil», se ha adecuado a la movilidad, agilidad y rapidez de los teléfonos inteligentes. Con esta nueva práctica, denominada periodismo móvil o *mobile journalism*, las funciones de los periodistas se amplían y diversifican, pues deben hacerse cargo de nuevas actividades más allá de la redacción, como la grabación o la edición de una pieza audiovisual. Por eso, para llevar a cabo estas funciones se demanda la figura de un periodista polivalente, con capacidad

para desenvolverse en este nuevo entorno comunicativo, al menos con una polivalencia tecnológica.

De igual modo, los formatos multimedia con capacidad inmersiva y los contenidos en realidad virtual demandan nuevas figuras profesionales, que requieren de formación técnica específica y conocimiento en *software* de desarrollo y vídeos 360°. Así lo muestran José María Herranz, Pavel Sidorenko y Juan Ignacio Cantero en «Realidad virtual y periodismo inmersivo: nuevas formas de contar historias para los periodistas» (capítulo 7), donde afirman que estas narrativas periodísticas, que aumentan la capacidad de inmersión del usuario en el relato a través de recursos estéticos e interactivos, representan una excelente vía para acercar al público a la noticia, además de una forma fresca y nueva de informar, pensando en las audiencias que convencionalmente no acuden al medio por los canales tradicionales. No obstante, los autores matizan que estos nuevos formatos son tan solo herramientas, pues no vienen a transformar profundamente el periodismo ni a darle un nuevo giro a la profesión, sino que se ponen al servicio de la misma para aportarle mayores posibilidades.

El uso de drones en el ámbito de la comunicación también enriquece visualmente las informaciones, además de suponer un nuevo perfil profesional. Luisa G. Aramburú Moncada y Antonio López Hidalgo reflejan en el capítulo 8, «¿Pilotos o periodistas? Nuevos perfiles profesionales para la enseñanza y la innovación del periodismo dron en España», que estos dispositivos ofrecen ventajas para cierto tipo de coberturas, pues permiten la grabación de imágenes de eventos o acontecimientos noticiosos con puntos de vistas únicos, subjetivos y milimétricos que, hasta ahora, eran imposibles de obtener de una forma tan detallada. Pero para su puesta en práctica es necesaria una formación específica en pilotaje aéreo, dominio del lenguaje audiovisual y formación continuada ante la tecnología y la legislación cambiante. Ya se atisban pequeñas iniciativas en jornadas, conferencias, seminarios, congresos y cursos técnicos, pero aún queda camino por recorrer para su completa implantación en los grados de Periodismo, que carecen de asignaturas sobre periodismo dron.

En este contexto de cambios, la especialización se presenta como una vía para garantizar la calidad de la información. Los

periodistas deben poseer unos conocimientos teóricos que les capaciten como expertos dentro de un área concreta de la información periodística, con capacidad para seleccionar, valorar y comunicar con rapidez las informaciones generadas en las diferentes áreas de la realidad social. La especialización es el futuro del periodismo, escribe Fernández-Obregón (1998).

Al hilo de estos planteamientos, Isaac López Redondo explica en el capítulo 9, titulado «Periodismo de videojuegos: retos y oportunidades en el siglo XXI», que el sector del videojuego requiere de periodistas especializados debido a las exigencias de un público que cada vez demanda más contenidos de este tipo y de mayor calidad. Este campo de creciente interés plantea un escenario de oportunidades laborales para los futuros periodistas y para otros muchos profesionales que hasta ahora habían centrado su labor en los medios especializados. El periodista especialista en videojuegos ha de contar con diversas capacidades para llevar a cabo las diferentes tareas que formarán parte de su trabajo: capturar, grabar o editar vídeo, realizar fotografías, gestionar redes sociales... Y, entre sus habilidades, ha de saber jugar a videojuegos, conocer la industria que los produce, y ser capaz de analizar estos productos en un marco social, económico, político y cultural.

Por su parte, María José Cantalapiedra González y Juan José Gutiérrez Cuesta recuerdan en el capítulo 10, con el título «El colaborador y la externalización de las redacciones», que la crisis económica iniciada en 2008 también ha transformado el ecosistema comunicativo de España, que ha sufrido el cierre de medios, despidos y una significativa degradación de las condiciones laborales y profesionales. Paralelamente, se ha producido un aumento de la externalización del trabajo periodístico a través de los colaboradores, periodistas autónomos, *freelance* o falsos autónomos, unas figuras que no son nuevas, pues ya existían antes de la crisis, pero que en la última década han experimentado un notable crecimiento y se han convertido en paradigma de una precariedad que se ha instalado en el periodismo español y que afecta a la calidad informativa.

Por estos motivos, valores del periodismo como la veracidad, la exactitud y la imparcialidad (Schudson, 2003), así como su función social y de servicio (Kunelius, 2007), deben seguir vivos, a pesar de que los sistemas de producción hayan cambia-

do. La época de solo informar ha pasado y la unilateralidad de emisor-receptor ha quedado atrás. Ahora la comunicación fluye en ambas direcciones. En este sentido, Carmen Peñafiel Saiz defiende en «Reflexión sobre las funciones y responsabilidades del Periodismo actual: oportunidades y amenazas» (capítulo 11), que los profesionales del periodismo deben informar con honestidad, rigurosidad y ética, sin perder el respeto a los demás, ya que en los últimos años la calidad de la información se ha visto amenazada por la superficialidad, banalidad e inmediatez de las redes sociales.

En el nuevo ecosistema mediático, el gran dilema del periodismo no pasa tanto por la incorporación de las tecnologías a la práctica profesional como un conjunto de herramientas, sino por la preparación de profesionales con un perfil más tecnológico, con competencias y habilidades para aprovechar las oportunidades del modelo computacional, en el que el *software* ha tomado el mando (Manovich, 2013) y en el que permanecen estables dimensiones que desde la óptica profesional definen la calidad periodística: relevancia, exhaustividad, diversidad, imparcialidad y precisión (Kümpel; Springer, 2015). En definitiva, en la formación se debe establecer una «doble vía» que refuerce el conocimiento de los elementos básicos del periodismo, aquellos que se han sedimentado con el paso del tiempo, y los combine con la capacitación tecnológica, de acuerdo a lo que proponen López-García, Rodríguez-Vázquez y Pereira-Fariña (2017).

Referencias

- Álvarez Monzoncillo, J.M.; Suárez Bilbao, E.; De Haro, G. (2016). «Challenges and considerations of the new labor market in the media industry». *El Profesional de la Información*, 25(2), 262-271. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.mar.13>
- APM (2018). *Informe Anual de la profesión periodística 2018*. Madrid: Asociación de la prensa de Madrid.
- Bruns, A. (2016). «Big Data Analysis». T. Witschge, C.W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida (Eds.), *The Sage Handbook of Digital Journalism*. London: Sage
- Casero-Ripollés, A. (2012). «Contenidos periodísticos y nuevos modelos de negocio: Evaluación de servicios digitales». *El Profesional de la Información*, 21(4), 341-346. <https://doi.org/10.3145/epi.2012.jul.02>
- Diakopoulos, N. (2015). «Algorithmic Accountability: Journalistic investigation of computational

- power structures». *Digital Journalism*, 3(3), pp. 398-415. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976411>
- Deuze, M. (2017). «Considering a possible future for Digital Journalism». *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1), pp. 9-18. <https://doi.org/10.14198/MED-COM2017.8.1.1>
- Deuze, M.; Prenger, M. (2019). *Making Media. Production, Practices, and Professions*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- García-Avilés, J.A. (2007). «Nuevas tecnologías en el periodismo audiovisual». *Revista de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche*, 1(2), 59-75. (<http://goo.gl/U9VK29>) (2016-04-10).
- García Santamaría, J.V. (2014). *El negocio de la prensa digital*. La Rioja: UNIR.
- Gómez-Calderón, B.; Roses, S.; García-Borrego, M. (2017). «Los nuevos perfiles profesionales del periodista desde la perspectiva académica española». *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 8(1), pp. 191-200.
- Kovach, B.; Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Aguilar.
- Kümpel, A.S.; Springer, N. (2015). «Commenting Quality: Effects of User Comments on Perceptions of Journalistic Quality». *The Future of Journalism*. Cardiff. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2016-3-353>.
- Kunelius, R. (2007). *Good Journalism. Journalism Studies*, 7(5), pp. 671-690. <https://doi.org/10.1080/14616700600890323>
- López-García, X.; Rodríguez-Vázquez, A.I.; Pereira-Fariña, X. (2017). «Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual». *Comunicar*, n. 53, v. XXV, pp. 81-90. <https://doi.org/10.3916/C53-2017-08>
- Manovich, L. (2013). *Software Takes Command*. New York: Bloomsbury Academic.
- Masip, P. (2016). «Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias». *El Profesional de la Información*, 25(3), pp. 323-330. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.01>
- Mellado, C.; Simon, J.; Barría, S.; Enríquez, J. (2011). «Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente». *Zer*, n. 23, pp. 139-164.
- Micó-Sanz, J.L.; Masip-Masip, P.; García-Avilés, J.A. (2009). «Periodistas que ejercen de documentalistas (¿y viceversa?). Nuevas relaciones entre la redacción y el archivo tras la digitalización de los medios». *El Profesional de la Información*, 18(3), pp. 284-290. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2009.may.05>
- Obregón, F.F. (1998). «Especialización, futuro del periodismo». *Revista latina de comunicación social*, (7), 9.
- Rodgers, S. (2015). «Foreign Objects? Web Content Management Systems, Journalistic Cultures and the Ontology of Software». *Journalism*, 1(16), pp. 16-26. <https://doi.org/10.1177/1464884914545729>
- Sánchez-Marín, G.; Micó-Sanz, J.L. (2014). «Perfiles profesionales en las agencias de noticias: Estudio comparativo de ACN, EFE y Europa Press». *El Profesional de la Información*, 23(5), pp. 501-510. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.sep.07>

- Schena, J; Besalú, R.; Singla-Case-llas, C. (2018): «Valoraciones actualizadas de las competencias profesionales en la práctica laboral de los periodistas españoles». *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 73, pp. 531-555.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York: W.W. Norton&Company Incorporated.
- Scolari, C.-A.; Micó-Sanz, J.L.; Navarro-Guere, H.; Pardo, H. (2008). «El periodista polivalente: Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes». *Zer*, n. 25, pp.37-60.
- Tandoc, E.C. (2014). «Journalism is Twerking? How Web Analytics is Changing the Process of Gate-keeping». *New Media & Society*, 16(4), pp. 559-575. <https://doi.org/10.1177/1461444814530541>
- Tejedor-Calvo, S.; Cervi, L. (2017): «Análisis de los estudios de Periodismo y Comunicación en las principales universidades del mundo. Competencias, objetivos y asignaturas». *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 72, pp. 1.626-1.647.
- Westlund, O. (2014). «The Production and Consumption of Mobile News». En *The Routledge Companion to Mobile Media*, editado por G. Goggin y L. Hjorth. New York: Routledge.