

Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico

New professional profiles for the newspaper market

Fechas | En edición: 10/11/2019 - Publicación final: 01/01/2020

Sara GARCÍA-CABALLERO

Universidad de Castilla-La Mancha. España. Sara.Garcia3@alu.uclm.es

Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico

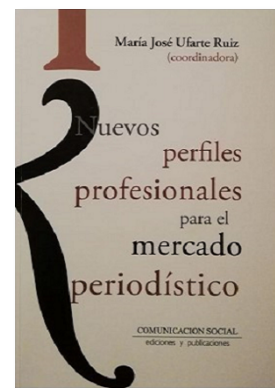
Coordinadora: María-José UFA RTE-RUIZ.

Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2019.

220 páginas

ISBN: 978-84-15544-82-1

Ebook: 978-84-15544-82-1



Resumen

Las tecnologías digitales han transformado el ecosistema mediático y, por ende, el periodismo ha sufrido una reconversión profunda que demanda nuevos perfiles periodísticos con nuevas competencias y habilidades. La obra se centra en las figuras profesionales que cobrarán más protagonismo en un futuro, estableciendo como una de las conclusiones que, dentro de los planes de estudio, se debe combinar el conocimiento de los elementos básicos del periodismo con la capacitación tecnológica del actual modelo computacional.

Palabras clave

Digitalización; noticias falsas; nuevas competencias; nuevos perfiles profesionales; periodismo; transformación periodística

Abstract

Digital technologies have transformed the media ecosystem and, therefore, journalism has undergone a profound reconversion that demands new journalistic profiles with new skills and abilities. The book focuses on those professionals who will become more prominent in the future, establishing as one of the conclusions that, within the study plans, the knowledge of the basic elements of journalism must be combined with the technological training of the current computational model.

Keywords

Digitization; fake news; new skills; new professional profiles; journalism; journalistic transformation

Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico es una obra que se focaliza en las nuevas figuras profesionales que se demandan, actualmente y en un futuro, en el ecosistema del periodismo. Debido a la reconversión social y la transformación en la que se ha sumido este ámbito, la irrupción de las nuevas tecnologías no ha hecho otra cosa que demandar una enorme variedad de nuevos perfiles con nuevas habilidades que aprovechen al máximo este modelo digital.

La coordinadora del libro, María José Ufarte Ruiz, es doctora en Periodismo y profesora de Redacción Periodística en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Castilla-La Mancha. Ha participado en diferentes proyectos de I+D+i nacionales e internacionales, contando con varias estancias académicas de investigación y docencia en centros de reconocido prestigio. La obra que coordina sirve de actualización de los actuales perfiles y figuras profesionales del periodismo, por lo que se dirige especialmente a los profesores y estudiantes de periodismo, afectando también a los profesionales de la profesión.

La estructura planteada organiza los temas de manera muy clara y concisa, ya que cada capítulo se dedica a abordar desde diferentes puntos de vista los nuevos roles periodísticos y sus competencias, aplicados al actual modelo computacional de la profesión, con su consiguiente bibliografía al final de cada uno. Los investigadores que participan en la obra coinciden en afirmar que, desde las facultades, los planes de estudio deben reforzar los conceptos y elementos básicos del periodismo, así como favorecer las capacidades y competencias tecnológicas de los futuros periodistas.

En el primer capítulo, Sobrados-León es la encargada de abordar los principales perfiles convencionales del periodismo que, con la digitalización de la sociedad, se han visto abocados a la desaparición o a la transformación para adaptarse a la nueva realidad mediática. Siguiendo el análisis del capítulo, una de las aportaciones que se sacan es que, al trabajar con tanta rapidez y fraccionar la información, el periodismo ha perdido su esencia tal y como la conocíamos.

López Cepeda y Rodríguez Arco comparan en el segundo capítulo las competencias que se ofertan en los planes de estudio y aquellas que demandan el sector mediático y las organizaciones corporativas a la hora de desarrollar la profesión. Ambos coinciden en que deben potenciarse las competencias profesionales y disciplinares más tradicionales de los periodistas, sin olvidar las habilidades actitudinales y tecnológicas, pero que estas últimas sean transversales con las anteriores.

A lo largo del tercer capítulo, Calvo Rubio profundiza sobre los perfiles profesionales que demanda la empresa periodística transmedia, hablando de la redefinición de las destrezas periodísticas, de los roles que han desaparecido en las redacciones y de aquellos que han emergido con fuerza, afirmando que las empresas buscan continuamente modelos de negocio rentables que les sigan permitiendo mantener sus actividades.

Por su parte, Murcia Verdú dedica el cuarto capítulo a la figura del periodista de datos a través de un análisis cuantitativo –cuestionarios– y cualitativo –entrevistas estructuradas a expertos–, ahondando en las habilidades necesarias para llevar a cabo las funciones de este nuevo profesional. Este perfil innovador irá evolucionando, pero está claro que tiene un gran protagonismo en el ecosistema de la comunicación actual, sobre todo en las grandes redacciones.

El quinto capítulo se destina a la figura del *fact checker* o verificador de datos, en el que Ufarte Ruiz y Manfredi Sánchez estudian las plataformas españolas de verificación de datos para descubrir qué competencias formativas y actitudinales son las más demandadas para este perfil. Este nuevo e interesante profesional tiene una función crucial por el auge de las noticias falsas, por lo que aquellos que se dediquen a esta nueva disciplina, deben tener una capacidad crítica excepcional y saber compatibilizar el *fact checking* con el periodismo tradicional.

En el sexto capítulo, Fernández Barrero se refiere a la adaptación del reportaje tradicional al *storytelling* del periodismo móvil. La transformación en la producción de contenidos conlleva mucha más rapidez, agilidad y también una gran movilidad, pero los periodistas deben seguir siendo rigurosos y diligentes en sus tareas de contrastación, producción y verificación de la información.

El séptimo capítulo recae sobre Herranz, Sidorenko y Cantero, desarrollando las nuevas formas que existen de contar historias a través de la realidad virtual y el periodismo inmersivo. Los autores exponen de manera muy concisa la transformación de las narrativas y cómo se pueden aprovechar los nuevos formatos como herramientas para tener una mayor posibilidad de hacer periodismo.

El octavo capítulo recoge la figura del «dronista», según la definición de los autores, como un nuevo perfil profesional del periodismo. Aramburú y López-Hidalgo se encargan de analizar las competencias de este experto, que debe tener formación específica en pilotaje aéreo y compatibilizar los valores tradicionales del periodista para adaptarse a los adelantos científicos y tecnológicos contando historias mediante el

uso de drones. Por su parte, López Redondo habla en el noveno capítulo sobre periodismo de videojuegos con el objetivo de vislumbrar las oportunidades laborales de esta industria audiovisual y los planes formativos que debe cursar este nuevo perfil profesional, así como las capacidades técnicas que se le exige en el mercado laboral.

Cantalapiedra y Gutiérrez Cuesta destinan el décimo capítulo a la figura del colaborador y a la externalización de las redacciones. Según los autores, los colaboradores son un ejemplo de la precariedad del periodismo español y esto afecta negativamente a la función social del sector y a la calidad de la información. Siguiendo la línea de otras investigaciones, se afirma con agudeza la urgencia de eliminar el pluriempleo más que forzoso, la temporalidad y la precariedad laboral que se vive actualmente en el sector para recuperar de esta manera la dignidad que merece la profesión.

Por último, en el undécimo capítulo, Peñafiel Saiz reflexiona sobre las funciones y responsabilidades del periodismo actual, comentando las oportunidades y amenazas a las que se enfrentan los perfiles profesionales del periodismo, tanto los nuevos como los establecidos, como pueden ser los bulos, la desinformación o las *fake news*, en el mundo digital y globalizado en el que nos encontramos.

Con todo, en el libro *Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico* no solo se descubren nuevos perfiles profesionales del periodismo, sino también varios entresijos de la profesión, nuevas narrativas y multitud de verdades que para muchos lectores serán totalmente inauditas y extraordinarias. Todo ello de la mano de numerosos expertos, profesores e investigadores del mundo de la comunicación que cada día ven de primera mano cómo el cuarto poder se transforma y adapta a los nuevos tiempos.

