



Revista Latina de Comunicación Social
E-ISSN: 1138-5820
jpablos@ull.es
Universidad de La Laguna
España

Sánchez-García, P; Campos-Domínguez, E; Berrocal Gonzalo, S
Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes
Revista Latina de Comunicación Social, núm. 70, 2015, pp. 187-208
Universidad de La Laguna
Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81948469012>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

P Sánchez-García, E Campos-Domínguez, S Berrocal Gonzalo (2015): “Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 187 a 208.

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1042va/12es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2015-1042](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1042)

Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes

The unalterable functions of journalists in view of the emerging multimedia job profiles

P Sánchez-García [\[CV\]](#) [\[ORCID\]](#) [\[GS\]](#) Profesora del Departamento de Periodismo -Universidad de Valladolid, UVA, España - pilar.sanchez@hmca.uva.es

E Campos-Domínguez [\[CV\]](#) [\[ORCID\]](#) [\[GS\]](#) Profesora del Departamento de Periodismo - Universidad de Valladolid, UVA, España - eva.campos@hmca.uva.es

S Berrocal Gonzalo [\[CV\]](#) [\[ORCID\]](#) [\[GS\]](#) Profesora del Departamento de Periodismo - Universidad de Valladolid, UVA, España - salomeb@hmca.uva.es

Abstracts

[ES] Introducción. Esta investigación aborda el estudio de las funciones y de los perfiles del periodista en el nuevo entorno multimedia. **Metodología.** Se recurre a una metodología cualitativa de revisión documental, que contribuye a una actualización del campo de conocimiento, junto a una entrevista con cuestionario a colectivos de periodistas españoles sobre el objeto de estudio.

Resultados. Refleja las coincidencias entre el ámbito académico y profesional en torno a las funciones inalterables del periodista frente a los nuevos perfiles multimedia emergentes y desarrolla el modelo de los perfiles formativos que establece la Aneca. **Discusión.** El nuevo entorno mediático evidencia la necesidad de revisión de conceptos desfasados y mantiene abierto el debate científico acerca de las tareas que se potencian en la labor periodística, así como la redefinición de perfiles profesionales y formativos que aún están en proceso de configuración en un panorama mediático en transición.

[EN] Introduction. This research article addresses the functions and job profiles of journalists in the new multimedia environment. **Method.** The study is based on a qualitative method, a state of the art review, and interviews to a sample of representatives of Spanish journalist associations. **Results.** There are coincidences between the academic and professional fields in relation to the inalterable features of journalists in view of the emerging multimedia job profiles. The article also offers an updating proposal for the classification of journalistic job profiles established by the Spanish National Agency for Quality Assessment and Accreditation (ANECA). **Discussion.** The new media environment highlights the need to review outdated concepts and keeps alive the scientific debate on

the tasks that are being strengthened in the journalistic profession, as well as the need to redefine job and training profiles, which are still in going through a configuration phase in a changing media landscape.

Keywords

[ES] Periodismo multimedia; perfiles profesionales; roles periodísticos; formación; profesionalismo periodístico.

[EN] Multimedia journalism; journalistic job profiles; journalistic roles; education; journalistic professionalism.

Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Hipótesis y Metodología. 3. El desfase progresivo del concepto de periodista y del Periodismo. 3.1. La acepción del periodista multimedia en evolución. 3.2. Del ‘periodista-historiador’ al informador multimedia y polivalente. 4. Delimitación de las funciones periodísticas. 5. Los perfiles periodísticos emergentes. 5.1. Propuesta revisionista de los perfiles formativos multimedia. 6. La opinión de colectivos profesionales. 7. Discusión y conclusiones. 8. Notas. 9. Referencias bibliográficas.

[EN] 1. Introduction. 2. Hypothesis and method. 3. The progressive incompatibility of the concepts of journalist and journalism. 3.1. The evolving definition of multimedia journalist. 3.2. From the historian-journalist to the multimedia and multi-tasking reporter. 4. Delimitation of the journalistic functions. 5. Emerging journalistic profiles. 5.1. Revisionist proposal of training multimedia profiles. 6. The opinion of journalist associations. 7. Discussion and conclusions. 8. Notes. 9. List of references.

Traducción de **CA Martínez-Arcos**, Ph.D. (Universidad Autónoma de Tamaulipas)

1. Introducción

Los conceptos de Periodismo y periodista, así como la delimitación de funciones y perfiles de los profesionales de la información vuelven a ser revisados, como en anteriores ocasiones, ante la evolución de la actividad periodística a lo largo de su historia. Un debate que reaparece en la actualidad con el telón de fondo de las herramientas tecnológicas que, más allá de cuestiones puramente técnicas, provocan la búsqueda de nuevos modelos de negocio, reorganización de estructuras mediáticas, nuevas narrativas, así como cambios de competencias y roles periodísticos (Salaverría, 2000, 2008, 2012; Díaz, 2002; Meso, 2010; Biondi *et al.*, 2010; Soengas *et al.*, 2014). Un contexto que propicia la necesidad de redefinir determinados aspectos del ejercicio periodístico ante el nuevo Periodismo digital que transforma la figura tradicional del informador en un periodista multimedia, con rutinas nuevas en diferentes soportes, multitarea y con uso de multilenguaje.

A partir de este contexto, el objetivo de esta investigación es ofrecer un análisis de las cualidades, funciones y perfiles tradicionalmente atribuidos al periodista y trasladados al entorno multimedia para determinar y concretar las posibles variaciones que den respuestas a las nuevas necesidades formativas.

El estudio parte de un marco teórico relativamente incipiente pero fructuoso en el que se constata que el nuevo entorno mediático provoca un profundo cambio en la profesión dando lugar a nuevos roles profesionales o salidas laborales hasta ahora inexplorables (López, 2001, 2010, 2012; Meso *et al.*, 2010). Todo ello, bajo la premisa de que el periodista del siglo XXI “será digital o no será” (Álvarez,

1996:114) y que su trabajo está conectado de forma permanente e irremediable a un nuevo contexto global de comunicación que afecta a múltiples perspectivas relacionadas con la Sociedad Red (Castells, 2008).

Los cambios profesionales y tecnológicos van de la mano de los nuevos consumos de las audiencias en un momento en el que los medios de comunicación publican igualmente contenidos generados por el usuario, permitiendo y fomentando la inclusión de comentarios, fotos, vídeos, blogs e incluso artículos elaborados por los receptores y que les convierte en ‘prosumidores’ (Berrocal, Campos & Redondo, 2014), al realizar labores informativas al tiempo que consumen, dejando atrás la comunicación unidireccional. Una realidad que los propios medios fomentan al pedir a los usuarios que remitan información y documentación que van desde comentarios a fotos, vídeos, participación en programas en directos, inclusión de blogs e incluso artículos elaborados por los lectores (Hermida & Thurman, 2008; López, 2012). El periodismo participativo que promueve la Web Social, implica una mezcla e intercambio permanente del trabajo de profesionales y aficionados en Periodismo (Singer, 2011; López, 2012) que reaviva el debate sobre el ejercicio profesional del periodista en un sentido amplio. El periodismo ha perdido el control y la exclusividad de los contenidos y se ha visto obligado a abrir sus puertas a la producción colaborativa y a las audiencias activas (Palomo, 2013).

En este contexto resulta oportuno y necesario, revisar el debate académico sobre determinados conceptos de la profesión que permitan, especialmente, ahondar en el campo investigador abierto sobre la aparición de nuevos roles o perfiles periodísticos, unas veces traducidos en nuevas tareas y otras constatando que algunas figuras profesionales han desaparecido, o han sido asumidas por otras y que se convierten en perfiles polivalentes (Masip & Micó, 2009; Scolari *et al.*, 2008). Lo que parece ya admitido académica y profesionalmente es que el nuevo entorno de convergencia digital, aún en proceso de conformación (Silcock & Keith, 2006), provoca cambios en las rutinas periodísticas, en la demanda de servicios y en los roles profesionales.

Esta investigación hace hincapié en la oportunidad y pertinencia de relacionar el cambio de perfiles profesionales con las nuevas necesidades educativas de los periodistas (Mellado *et al.*, 2007; Balandrón, 2010; Sierra *et al.*, López, 2012; Rosique 2013; Sánchez & Berrocal 2013) proponiendo un mayor desarrollo de las figuras formativas que marcan los planes de estudio de Periodismo. Una cuestión aún en discusión que requiere de un esfuerzo de delimitación en el que confluyan las respuestas del ámbito académico y profesional que aborda este artículo.

2. Hipótesis y Metodología

La presente investigación parte de la hipótesis de que las funciones tradicionales del periodista no varían frente a los perfiles multimedia emergentes, que sí cambian y que aún están en proceso de configuración o evolución en un panorama mediático en transición. El estudio recurre a una metodología mixta de tipo cualitativo, mediante una revisión documental, que contribuye a una actualización del campo de conocimiento, junto a una entrevista, con un cuestionario de preguntas abiertas, dirigido a colectivos de periodistas españoles sobre el objeto de estudio.

En primer lugar, la investigación utiliza una revisión bibliográfica comparada que permite contrastar las diferentes acepciones del Periodismo y del periodista, así como de las cualidades tradicionalmente atribuidas al periodista con las del periodista multimedia, mediante el análisis de la discusión académica que contribuye a concretar el marco teórico del que se parte.

A partir de esta discusión académica, la investigación desarrolla y concreta los perfiles formativos que establece la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación en su Libro Blanco de los Estudios de Comunicación (Aneca, 2005) que guían los programas formativos de las Universidades en la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Una revisión que se considera oportuna una década después de su planteamiento y que ha coincidido con los principales cambios del sector y, por tanto, de las necesidades formativas de los periodistas, y que no se plantea de forma hermética sino como contribución a la discusión académica abierta al respecto. Por último, para confirmar o refutar la hipótesis planteada, la investigación recurre a la técnica de entrevista [1] con una muestra limitada pero representativa de los portavoces de cinco colectivos de periodistas que aglutinan a casi 46.000 [2] profesionales de los medios de comunicación españoles.

La muestra acotada la forman los portavoces de asociaciones elegidas por su mayor representatividad atendiendo a diferentes criterios: el número de asociados, la antigüedad del colectivo o su papel activo en el escenario profesional actual, en el campo de la investigación (ámbito académico) y de la colegiación (ámbito profesional). Bajo estas premisas, responden los presidentes o portavoces de la Federación de Asociaciones de la Prensa (FAPE), la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP), la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), la Sociedad Española de Periodística (SEP) y el Colegio de Periodistas de Cataluña.

3. El desfase progresivo del concepto de periodista y del Periodismo

La ausencia de un estatuto profesional del periodista en España, y en prácticamente toda Europa, impide acudir a la definición oficial o legal de la profesión y de sus profesionales. Para plantear esta revisión conceptual, este estudio recurre a una revisión bibliográfica que parte de los principales diccionarios y manuales profesionales para constatar la vigencia o desfase de términos como periodista y Periodismo, periodista multimedia, periodista digital, ciberperiodista o Ciberperiodismo.

Por su amplia divulgación se consulta el Diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2001) define el término de Periodismo con dos acepciones: 1. “Captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades. 2. Estudios o carrera de periodista”. El cuanto al concepto de periodista, la RAE lo define de la siguiente forma: “Persona legalmente autorizada para ejercer el periodismo. 2. Persona profesionalmente dedicada en un periódico o en un medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información y creación de opinión”.

Ambas voces aparecen idénticas en la última edición electrónica del DRAE (www.rae.es, 2014). Sobre ellas cabe señalar cierto desfase y falta de actualización especialmente por la ausencia de referencias al Periodismo multimedia, al ciberperiodista y al Ciberperiodismo, vocablos que no existen para la Real Academia Española (sí recoge en cambio acepciones de la misma familia etimológica como ciberespacio o cibernauta). Además, la definición de Periodismo no menciona soportes o lenguajes multimedia. Y, en cuanto a la acepción que ofrece de periodista, se refiere a una persona “legalmente autorizada para ejercer el Periodismo”, cuando en la actualidad, en España, no existe una ley ni estatuto que determine quién puede ser periodista.

Otro aspecto a debatir o revisar lo constituye el hecho de que la RAE atribuye al periodista “tareas literarias”, un concepto ligado al ‘arte’ que no responde con exactitud con el resultado de la ‘tarea informativa’ que realiza el periodista. De igual forma se echa de menos que en la referencia a ‘un periódico o un medio audiovisual’ no se añadan ya los ‘medios digitales’ puesto que cuentan con soporte y estilo propios.

Estas definiciones recogidas en la edición referida del DRAE de 2001 (la vigésimo segunda) sí han evolucionado respecto a la edición anterior de 1992 (la vigésimo primera) al presentarlos de la siguiente forma:

- Periodismo: “Ejercicio o profesión de periodista”.
- Periodista: “Persona que compone, escribe o edita un periódico. 2. Persona que, profesionalmente, prepara o presenta las noticias en un periódico o en otro medio de difusión”.

Esta desactualización evidencia, de alguna forma, la velocidad con la que se producen los cambios tecnológicos en el sector, puesto que, hace menos de dos lustros estas definiciones se consideraban ajustadas a la realidad profesional del momento. La necesidad de redefinir estos conceptos a los cambios del sector se confirman mediante una breve retrospectiva documental que muestra cómo en el último siglo han evolucionado estos conceptos al compás de la visión que tiene la sociedad de cada momento sobre el ejercicio periodístico (Videla, 2002). Sirva de muestra la evolución del concepto de periodista en el DRAE en el último siglo:

- Edición de 1822: “Compositor, autor o editor de algún periódico”.
- Año 1914 (14º edición) se introducen nuevas acepciones: “Compositor, autor o editor de periódicos. 2.- El que tiene por oficio escribir en un periódico”.
- 1984, mantiene la definición básica del año 1822.
- En 1992 se le define también como “persona que, profesionalmente, prepara o presenta las noticias en un periódico u en otro medio de comunicación”.

Si se acude a otros diccionarios, igualmente muestran esta evolución del concepto. Un ejemplo de ello lo recoge la Enciclopedia Espasa, en su edición de 1922 (XLIII: 861), aunque con una visión adelantada a su época, en el sentido de que no lo concibe, a diferencia de la RAE, como un oficio cercano a la literatura y que lo considera único e inconfundible:

“Hay en el Periodismo algo que impide encuadrarlo en un género literario determinado. Exige un talento sintético, de cultura enciclopédica y superficial, de agilidad mental, de clasificación de hechos, de crítica que gradúe la importancia de cuanto desfila por la vida, de distribución de cosas, que no hay nada que pueda confundirse con el Periodismo” (en Aguinaga, 2001: 251).

Uno de los más amplios diccionarios especializados, actualizados hasta principios del siglo XXI, el Diccionario de Periodismo, coordinado por el profesor Ángel Benito (2001) y en el que intervienen destacados teóricos, define al periodista como “profesional que realiza funciones informativas en cualquier medio de comunicación: prensa, radio y televisión, especialmente”. Benito añade que el periodista “es aquel profesional que selecciona, reúne, clasifica y da forma a las noticias de interés público, para difundirlas a través de los medios de comunicación” (2001: 116).

El mismo Diccionario define el concepto de Periodismo como “aquella modalidad de la comunicación de masas que tiene como fin específico la difusión no-intencional de hechos documentables y la propuesta de comentarios limpiamente subjetivos, u opiniones, acerca de acontecimientos socialmente relevantes” (Benito, 2001: 1.004). Y señala dos elementos que

delimitan aún más el concepto: el mensaje particular y propio que utiliza, la noticia y, en segundo lugar, la disposición psicológica de honestidad intelectual en el comunicador que lo ejerce.

En ambas acepciones, presentadas hace poco más de una década, no existe referencia alguna al Periodismo multimedia y a los periodistas, aunque en ese momento, algunos investigadores aventuran ya los cambios del Periodismo digital (Salaverría, 2000; Díaz, 2002). Aunque las definiciones expuestas muestran, de alguna manera, que la esencia del Periodismo y del periodista no cambia, lo cierto es que sí evidencian que se matizan con el paso del tiempo, ajustada, principalmente, a los cambios tecnológicos y productivos. Lo que ahonda en la necesidad de actualizar las voces de la RAE, como punto de partida divulgativo.

3.1. La acepción del periodista multimedia en evolución

La definición de periodista resulta difícil separarla de la nueva acepción del periodista multimedia por la ya inevitable referencia a la labor de difusión informativa a través de la Red y en diferentes soportes que realizan los informadores. Precisamente, la enciclopedia *on line* más visitada, Wikipedia, ofrece una definición amplia de periodista planteada aquí, por resultar más actualizada y completa que los manuales al uso:

“Un periodista es la persona que se dedica profesionalmente al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, fotografía, radio, televisión o medios digitales. Su trabajo consiste en descubrir e investigar temas de interés público, contrastarlos, sintetizarlos, jerarquizarlos y publicarlos. Para ello recurre a fuentes periodísticas fiables y verificables. Así elabora sus artículos, que pueden tomar varias formas para su difusión: oral, escrita, visual” (10 de octubre de 2014: 6.40 horas).

En las diferentes definiciones de periodista multimedia surgen diferentes términos para aludir a una realidad análoga, como periodista digital, periodista multimedia o ciberperiodista, aunque con matices en sus significados. La definición de ciberperiodista ha sido completada por diferentes investigadores y muestra que es una acepción en evolución o, mejor dicho, en construcción.

Santiago Tejedor (2007), autor de una tesis sobre Ciberperiodismo, define el concepto de ciberperiodista como:

“Un profesional que conoce la estructura informativa propia de los cibermedios, domina las rutinas productivas que le capacitan para producir con garantías información en tiempo real, presenta una versatilidad en cuanto a formación que le permite asumir diferentes roles en el desempeño de una tarea periodística, sabe hacer uso de la Red como fuente de información (aplicando siempre criterios deontológicos y haciendo uso de filtros que garanticen la veracidad de las informaciones obtenidas)” (2007: 407).

En el debate académico se plantea también cambiar la denominación de periodista por la de comunicador porque con el cambio de las nuevas tecnologías, se habla de “personas con habilidades suficientes para facilitar el flujo de información entre los diferentes actores sociales, y con capacidad de aprovechar al máximo las herramientas digitales disponibles” (Perona, 2000: 99). De una u otra manera, podría considerarse la idea de que el concepto de ciberperiodista y de periodista multimedia aún requerirá revisiones progresivas debido, especialmente, a las variaciones de los perfiles profesionales, en pleno proceso de transición, que centran el objeto de estudio de esta investigación, como se aborda más adelante.

3.2. Del ‘periodista-historiador’ al informador multimedia y polivalente

Unos de los objetivos de este estudio es esbozar las cualidades que pueden considerarse inherentes al periodista, independientemente del soporte, mediante análisis bibliográfico que busca comparar, a modo de ‘foto fija’, las cualidades extraídas de la primera Tesis Doctoral sobre Periodismo realizada en Europa (Peucer, 1690) y los rasgos que los académicos contemporáneos atribuyen al periodista multimedia y que contribuyen a completar las definiciones que se acaban de exponer.

En el siglo XVII, cuando en España se imprime la primera Gaceta en 1660, aparece en Alemania la primera tesis doctoral sobre Periodismo realizada en el mundo y firmada por el erudito Tobías Peucer, bajo el título *Relationes Novellae* (1690) y traducida como ‘Relaciones de Noticias’ (Aguinaga, 1996). Este primer trabajo académico y científico en torno al Periodismo establece las cualidades que marcan los rasgos del periodista de la época quien, más que un redactor, es considerado entonces un periodista-historiador. Peucer denomina a estas cualidades “virtudes” y agrupa en dos modalidades, según las atribuye al entendimiento o a la voluntad (1690: 43-45):

- Inteligencia para conocer los hechos que merecen ser confiados.
- Juicio, “atributo supremo del entendimiento, a fin de que las noticias que merecen crédito se distingan de los vanos rumores puestos” (*Ibid.*:14).
- Respeto y búsqueda de la verdad, son dos cualidades que Peucer atribuye a la voluntad, “para evitar que, sometido tal vez a intereses partidistas, entremezcle irreflexivamente falsedades, o escriba cosas poco averiguadas sobre asuntos de importancia” (*Ibid.*: 45).

Las cualidades recogidas tempranamente por Peucer en el siglo XVII agrupan resultan similares a las cualidades atribuidas por académicos contemporáneos. Algunos, proponen rasgos definitorios que consideran inalterables:

“La curiosidad, el amor a la verdad, el respeto a los derechos ajenos y a las opiniones divergentes, el gusto por la buena expresión, el sentido de la justicia social y la necesidad de un mundo más equilibrado y pacífico, el talante liberal y comprensivo, la preocupación por el lenguaje y por la aventura humana (...) Requisitos tan válidos hoy como lo han sido desde que existe esta profesión y nuestra carrera (Lozano, 2007: 19).

Los valores o cualidades que tradicionalmente se atribuyen al periodista de cualquier medio, como el clásico ‘olfato periodístico’ para seleccionar y ordenar contenidos, la creatividad, la ética, la capacidad para trabajar en equipo, etc. “seguirán siendo imprescindibles, pero a ellos habrá que añadir otros como la flexibilidad, la capacidad para adaptarse a los cambios, la polivalencia tecnológica y la movilidad funcional” (Bernaola *et al.*, 2011: 188). Desde la perspectiva de Galdón (1999), existen una serie rasgos como la curiosidad intelectual por saber qué pasa en el mundo.

A las cualidades atribuidas al periodista tradicional hay que añadir las del periodista que trabaja con los medios digitales, el ciberperiodista y periodista multimedia que, dados los cambios tecnológicos tan vertiginosos de los que depende, requiere potenciar dos cualidades especialmente, la versatilidad y la polivalencia. “Ha de ser capaz de dominar una serie de tareas que engloban: el acceso, el manejo, la integración, la creación y la evaluación de los mensajes informativos on-line” (Tejedor, 2007: 407). El periodista multimedia debe contar con destrezas suficientes para trabajar en diferentes

soportes (multimedia) manejando los lenguajes escrito y audiovisual (multilenguaje) en una realidad periodística que ha dejado de ser lineal, tanto en la información que ofrece como en el lenguaje que utiliza. En palabras de Masip y Micó (2009), el periodista multimedia debe mostrar esa polivalencia o versatilidad desde diferentes perspectivas: polivalencia mediática, en el sentido de que debe producir contenidos para distintos soportes; polivalencia tecnológica porque se hace cargo de todo el proceso productivo; y polivalencia temática porque debe ahora tratar noticias de distintos ámbitos o secciones. Así, “además de disponer de una ‘cabeza bien amueblada’, precisa de polivalencia que facilite la adaptación a los cambios de las tecnologías, la especialización temática y el cultivo de la creatividad” (López, 2001: 15).

La calidad de polivalencia tiene diferentes niveles, según lo que exijan los diferentes medios de comunicación (Salaverría & García, 2008) con el riesgo de convertir esa polivalencia, en tiempos de crisis, en multitareas exigidas por los recortes de personal.

Si se da por válida la idea de que el periodista digital mantiene las cualidades del informador tradicional, también cabe añadir que, ante la sobreabundancia informativa actual, el informador profesional debe agudizar “la capacidad de análisis y síntesis” sin olvidar que en el nuevo contexto socio-laboral, requiere “un enfoque integrador de capacidades en línea con la creatividad y la innovación en que se desenvuelven las industrias y la propia sociedad del conocimiento” (Lorente, 2010: 26). Cualidades o potencialidades que se suman a los rasgos que el propio Peucer atribuía en el siglo XVII a la voluntad y al entendimiento: inteligencia, juicio y búsqueda de la verdad, aplicado ahora a los periodistas en cualquier soporte mediático.

4. Delimitación de las funciones periodísticas

Las funciones de informar, interpretar e intermediar se atribuyen tradicionalmente al periodista con independencia del soporte en el que desempeñe su labor. Al tratar de delimitarlas en el entorno multimedia surgen dificultades debido a la amalgama de nuevas tareas asignadas a los periodistas en la actualidad. Como punto de partida consensuado oficialmente sirva de referencia la función o funciones del periodista profesional que establece la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (Aneca), cuyo Libro Blanco de ‘Títulos de Grado en Comunicación’ sirve de guía a las Universidades para establecer sus planes de estudio en la formación de los periodistas del siglo XXI.

Dicho documento atribuye al periodista la función de “intérprete de la realidad social a la hora de concebir, articular, producir, analizar y dirigir todo tipo de medios, programas y productos en cualquier soporte técnico, medio, sistema o ámbito de la actividad informativa” (2005: 310). Es decir, que pone en primer lugar la labor de interpretar y recoge diferentes tareas que pueden corresponderse con distintos cargos (redactor, analista, director, etc.), independientemente del soporte.

Entre las funciones atribuidas al periodista subyace su cometido principal de servicio público que supone considerar el ejercicio periodístico en su más alto nivel derivado del derecho a la información que los ciudadanos delegan en los periodistas. Un cometido en el que han de conseguir la objetividad de su discurso, la capacidad de comprensión (proceso fenomenológico), de interpretación (proceso hermenéutico) y de transmisión (creatividad metafórica), como señala Sánchez-Bravo en 1979 y que, tres décadas después, refrendan otros teóricos al corroborar que no varía la función de “proporcionar a los ciudadanos la información imparcial y oportuna para que sean libres y capaces de gobernarse a sí mismos” (Biondi, Miró & Zapata, 2010: 138). Siguen vigentes los principios profesionales básicos “intrínsecos para el quehacer periodístico en cualquier medio y soporte: la verificación de las fuentes

y de los hechos, la búsqueda de la verdad, la objetividad, la condición de servicio público, la ética periodística, etc.” (Rosique, 2013: 118).

Pero en el nuevo contexto de sobreabundancia informativa y del nuevo papel de las audiencias, permanece abierto el debate en torno a las modificaciones o refuerzo de determinadas rutinas profesionales. El cambio tecnológico fomenta una amplia variedad de tareas que confluyen en la figura del ‘periodista multifunción’, también como consecuencia de la crisis económica que sufren los medios y la consiguiente reducción de personal. Una figura que tiene como parte positiva el hecho de que un periodista cuenta con nuevas herramientas gratuitas para crear piezas interactivas e incluso para informar en varios medios o soportes a la vez, aunque con el lado negativo de la pérdida de la especialización (Esteban, 2012: 18-19). Aunque las funciones básicas permanecen, existen variaciones en el sentido de que el periodista “ya no tiene la exclusividad de algunas de sus antiguas labores como era la elaboración de contenidos, su publicación en un medio y la selección de la *agenda-setting*” (Palomo, 2013: 114).

El periodista realiza nuevas tareas, especialmente en el ámbito *on line*, que están muy relacionadas con el fomento de nuevas narrativas, la gestión de las redes sociales y las nuevas fuentes de información. Especialmente puede destacarse el refuerzo de tres facetas concretas como son la de filtro informativo; documentalista o “*contencurator*”[3]; e intérprete de la realidad ante la sobreabundancia informativa. En la práctica, se trata de tres tareas que se refuerzan pero que responden a las funciones tradicionales de conseguir y seleccionar información; contrastarla y documentarla; enfocarla y difundirla, como se explica a continuación.

Por un lado, el periodista debe reforzar su papel de “experto gatekeeper” porque en “un entorno de creciente complejidad y proliferación de mensajes, cobra renovada importancia el papel del periodista como clarificador, selector, guía, filtro, anticipador, prescriptor, compresor” (Diezhandino, *et al.*, 2012:9). Es decir, que el periodista refuerza su labor de “buscar, jerarquizar y filtrar información dentro de la opulencia informativa existente” (Rosique, 2013: 118). Igualmente existen estudios (Noguera, 2013) en los que se plantea que el rol tradicional de *gatekeeper* puede verse notablemente amplificado con el uso de las redes sociales en el momento en que un periodista se dedica a retuitear o enlazar informaciones. Esta teoría, sin embargo, no es compartida por quienes señalan que la figura del *gatekeeper* “se tambalea” (Díaz, 2002: 182-183) porque la accesibilidad de la información y de las fuentes por los usuarios les otorga el poder de filtro a éstos, desterrando la idea de que el público conoce sólo aquello de lo que informan los medios de comunicación.

Un debate abierto que, sin duda, constituye un amplio campo de estudio aún por indagar ante los nuevos usos informativos por parte de la audiencia en dos direcciones aparentemente opuestas: la de quienes buscan filtros informativos de calidad ante la sobreabundancia informativa y la de quienes aprovechan las herramientas tecnológicas para realizar su propia selección de contenidos más independiente, madura e individual. O incluso quien recurre a ambos usos.

Otra de las tareas que se refuerzan en el periodista es la de documentalista o *curator*, un profesional capaz de seleccionar, agregar en un flujo, valorar y comentar (Varela, 2011) datos e informaciones en grandes cantidades. Es la labor de gestor de información y gestor de contenidos.

Por último, cabe añadir el fomento de la tarea de intérprete que ofrece informaciones más completas y profundas que ayuden a una mejor orientación y comprensión de la realidad sobrecargada de información y fuentes interesadas. En definitiva, pueden cambiar las herramientas, las tareas o los

soportes, pero la función seguirá siendo la misma, “informar con los criterios clásicos de veracidad, selección, jerarquización, interpretación y contextualización” (Diezhandino, *et al.*, 2012:9).

En definitiva, a pesar de la variedad de tareas nuevas que puedan existir, el periodista realiza una función principal de informar de la que derivan directamente otras dos: la acción intrínseca de comunicar la interpretación que construye de la realidad y la labor de integración y mediación con la sociedad al difundir informaciones, interpretaciones y opiniones. Todo ello, con el fin último de enlazar a la élite social y política con el público, en el más alto sentido de responsabilidad social y servicio público en el que debe entenderse el ejercicio profesional del Periodismo en cualquier soporte. “El trabajo de siempre continúa siendo en esencia el mismo” (Díaz, 2002: 178), especialmente entendido como un servicio público con altas dosis de responsabilidad.

5. Los perfiles periodísticos emergentes

Una vez expuesta la revisión de las cualidades y las funciones del periodista en el nuevo entorno mediático, el triángulo aquí propuesto queda completado con el análisis del perfil profesional, entendido como el conjunto de capacidades y competencias que identifican los conocimientos y habilidades específicas de un informador para desempeñar las responsabilidades propias de su profesión o de una tarea concreta. Los diferentes perfiles periodísticos se asemejan tanto a la formación adquirida como a posibles salidas laborales.

Los perfiles profesionales, a diferencia de las cualidades y las funciones, evolucionan de forma rápida con los cambios de la sociedad, parejos a las herramientas tecnológicas disponibles, la demanda de servicios nuevos y el mercado laboral del momento. La convergencia actual define “renovados perfiles profesionales” (López, 2010: 232) que resultan dinámicos y cambiantes. “Los periodistas han tenido que asumir tareas que tradicionalmente eran propias de otros profesionales, lo que les ha forzado a desarrollar un perfil más complejo y exigente” (Masip & Micó, 2009: 93). Son cambios asociados a la tecnología por la necesidad de afrontar la producción de contenidos multisorte y que pueden considerarse como una diversificación del mercado laboral (Mellado *et al.*, 2007). En este sentido, los roles emergentes surgen como nuevas oportunidades laborales en las que el periodista puede trabajar “al servicio de empresas, instituciones, organizaciones, etc., para ponerlas en contacto con sus públicos interlocutores sociales, con y sin mediación de la prensa” (Piñuel, 2000: 5), por ejemplo. Y, la gran mayoría se ajusta a tres grandes clasificaciones: periodista multimedia (maneja diferentes soportes), periodista multitarea (asume varias labores a la vez) y el periodista multiplataforma (difunde su trabajo por diferentes canales) (Meso *et al.*, 2010: 307).

A su vez, puede decirse que tienen relación con tres vertientes comunicativas, principalmente: las redes sociales, la mayor presencia comunicativa de empresas, instituciones o entidades, y la capacidad de interacción del público.

Es decir, a los periodistas se les piden nuevos servicios que pasan por manejar grandes cantidades de datos y fuentes, aumentar la difusión informativa en la web social e interactuar con el público. Una exigencia aplicable a todos los soportes que ya requieren “un perfil determinado, muy flexible y capaz de adaptarse y reciclarse a las novedades que se vayan produciendo” (Bernaola *et al.*, 2011: 187). Todo un proceso de cambio en el que entran en juego una amplia variedad de roles, algunos de ellos representan una ampliación de viejos cometidos, mientras otros constituyen ámbitos nuevos y, en buena medida, experimentales.

5.1. Propuesta revisionista de los perfiles formativos multimedia

La cuestión parece consensuada en el debate académico: los perfiles sí cambian. Pero cabe añadir dos cuestiones más: el peligro de confundir perfiles con ‘multitareas’ -fruto de las exigencias momentáneas del mercado y del contexto económico- y la necesidad de adaptar estos roles cambiantes a los estudios de Periodismo. En primer lugar, no se debe pasar por alto que la urgencia mediática por asumir diferentes perfiles promueve también la figura del “hombre orquesta” (Álvarez, 1996: 14) capaz de utilizar imágenes de vídeo en la edición cibernetica de su periódico o de transmitir mensajes escritos a través de su emisora de radio. Una cuestión, agudizada en tiempos de crisis, que difiere de la necesaria especialización, en el sentido de que el periodista digital debe saber trabajar en todos los medios y con todos los medios. Es decir, formado con perfiles polivalentes, flexibles y versátiles.

En cuanto a la adaptación de los estudios de Periodismo a la nueva realidad ha de considerarse la premisa de que los nuevos perfiles “exigen una preparación distinta a la que hasta ahora han recibido los periodistas” (López, 2001: 14). Un asunto que ya está en el debate académico. La cuestión es en qué perfiles concretos formar a los periodistas, sabiendo que el cambio no sólo consiste en manejar las nuevas herramientas digitales y los nuevos lenguajes, sino en conocer las claves de los soportes, del diseño, de los agentes inteligentes y del trabajo en equipo, sin perder una formación integral.

Los diferentes perfiles periodísticos aceptados actualmente en el ámbito académico y profesional parten de los cuatro básicos establecidos por la Aneca, en el mencionado Libro Blanco de ‘Títulos de Grado en Comunicación’ (2005: 191), y sobre ellos se asientan los planes de estudio de Periodismo de las Universidades españolas en su última adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) en 2010, y se describen de la siguiente forma:

1. Redactor de información periodística en cualquier tipo de soporte: profesional del Periodismo en cualquier soporte mediático tradicional o electrónico que desarrolla su actividad mediante los géneros creando contenidos periodísticos. Comprende las tareas de redactor, reportero, presentador y director de uno o de varios de ellos, incluido el diseño escritura y ejecución de guiones de reportajes y documentales audiovisuales o multimedia.
2. Redactor responsable de prensa o comunicación institucional: profesional de un gabinete de prensa o comunicación de una institución pública o privada para coordinar o ejecutar cuantos trabajos de carácter informativo o comunicativo necesite la entidad.
3. Investigador, docente y consultor de comunicación: especialista en investigación y análisis de fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, capacitado para las tareas de asesoría, consultoría y mediación. Docente en las enseñanzas superiores o medias para impartir materias de comunicación y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
4. Gestor de portales y editor de contenidos: profesional en la redacción y ejecución de trabajos de edición en general para empresas editoras o creadoras de producciones culturales e informativas. Especialista en el tratamiento, la gestión y la edición de todo tipo de contenidos por medio de sistemas preferentemente digitales.

Los cuatro perfiles básicos parecen asumidos en la mayoría de los planes de estudios. Pero la realidad laboral no ofrece una delimitación tan nítida. En parte por esa variedad de tareas

mencionadas que empuja al periodista a cumplir con varios perfiles a la vez y, en parte, por la rapidez con la que se producen los cambios tecnológicos y las nuevas demandas informativas, diez años después de la propuesta de la Aneca. Lejos de considerarlos desfasados, lo que se propone aquí es desarrollarlos y concretarlos a través de cuatro perfiles multimedia a los que se asocia diferentes tareas o multitareas no excluyentes entre sí, resumidos en la tabla 1, y desarrollados a continuación.

1. El primer perfil citado de informador en cualquier tipo de soporte que marca la Aneca requiere la formación de un periodista multimedia que es capaz de informar en múltiples soportes y dominando el multilenguaje. A su vez, puede convertirse en un ‘redactor polivalente’ o ‘redactor especializado’, distinción referida tanto a soportes como a temáticas. Una cuestión que daría lugar a otro estudio que aquí no se plantea, el de la conveniencia de que los periodistas estén especializados en áreas más concretas y parcelas temáticas para ejercer su trabajo con conocimientos más específicos para las diferentes publicaciones multimedia. O si debe ser, por el contrario, un periodista polivalente capaz de afrontar su trabajo a modo de multitarea digital (redacción de texto, videos y diseño) con conocimientos temáticos de carácter general.

Incluido en el perfil general de redactor o informador multimedia ya se puede hablar también de ‘gestor periodístico de información’, ante la compleja labor de filtro de información que debe realizar el periodista. Este perfil puede ir ligado a la faceta de programador, no tanto para programar como un técnico informático sino para desenvolverse con soltura al navegar en algunos sistemas de gestión de contenido, como el PHP [*Hypertext Pre-processor*, para el desarrollo de webs] (Azócar, 2011). Nuevas habilidades para afrontar también el llamado ‘Periodismo de datos’ (Big Data o sistema de grandes conjuntos de datos) que lleva a los redactores a bucear en las ingentes bases de datos que pone a su disposición las nuevas tecnologías, especialmente, las bases de datos oficiales sin depender tanto de los portavoces gubernamentales de turno o la mayor o menor transparencia pública que sigue al capricho de los políticos. El periodista realiza ahora labores de documentalista buceando en la información, en un perfil de gestor documental.

De forma idéntica, puede extenderse esta figura emergente al campo audiovisual con un nuevo perfil de ‘gestor de contenidos’, una figura encargada de “controlar y administrar una ingente cantidad de materiales, distribuidos a través de distintos canales, ya sea TDT, Internet o teléfonos móviles” (Bernaola *et al.*, 2011: 187). Es decir, las labores del informador que controla múltiples fuentes audiovisuales y sistemas de difusión diversos.

2. En segundo lugar, el periodista de gabinete que cita la Aneca, requiere la formación propia de un profesional de un gabinete multimedia puesto que el mercado cada vez más competitivo del marketing y la imagen pública-comercial requiere profesionales con conocimientos multidisciplinares y, sobre todo, con una fuerte preparación en la información digital que le permite difundir información de la empresa o institución por muchas más vías y soportes, es decir que, valga la redundancia, genera información multimedia (notas de prensa escritas, con contenido de audio, video, documentos adjuntos, etc.), en lo que podría denominarse también como un ‘informador corporativo multimedia’.

La singularidad de este perfil es que puede ajustarse a contratos por cuenta propia o ajena y lo que exige son importantes conocimientos sobre cómo aumentar y hacer más efectiva la presencia y diversificación informativa y corporativa en la red, en diversos soportes y con dominio de diversos lenguajes. Incluso de este perfil salen ya ramificaciones como el llamado “agente de información” (*information Broker*), encargado de buscar información específica en Internet y suministrársela a un

tercero (personas individuales, empresas o instituciones) que, previamente, haya contratado sus servicios (Real, 2004). Y la variedad de facetas de este perfil sigue en aumento.

3. El tercer perfil de consultor, docente e investigador que marca la guía académica de la Aneca, inmerso ya en el estudio de las nuevas tecnologías, encuentra una variante que podría considerarse en coherencia con el llamado Plan Bolonia que busca mayor relación entre lo académico y lo empresarial. Se trata de la figura del ‘profesor de laboratorio’, un mediador entre la Universidad y la empresa, que combina la docencia con la investigación y que, a la vez, conecta los descubrimientos teóricos y los efectos sociales de la Comunicación con la práctica profesional, para dar así respuestas al colega periodista que trabaja del otro lado y a la empresa ávida de nuevos modelos de negocio y de informaciones sobre tendencias de los usuarios. Un perfil que se considera más de futura tendencia, enfocado a nuevas narrativas, soportes y tendencias que quizá requiera de mayores conocimientos técnicos.

Por otro lado, surgen facetas complementarias a este perfil por la posibilidad de que periodistas con experiencia en medios de comunicación colaboren o participan en diferentes estudios, especialmente empíricos, en colaboración con investigaciones académicas o en informes demandados por consultorías, centrados en medios, audiencias y mercados que ayuden tanto a profesionales como académicos a estar al día de los efectos tecnológicos.

E igualmente, puede incluirse en este apartado como nuevo rol académico a potenciar el del periodista-profesor en otras titulaciones y en otros niveles educativos. Es decir, el fomentar que el estudio de los medios de comunicación llegue a diferentes ámbitos de manera que docentes titulados en Periodismo puedan instruir sobre los medios de comunicación en otras carreras universitarias desde el punto de vista de la influencia social de los medios; y con igual o más relevancia, potencia esta figura en los niveles educativos de secundaria y bachillerato para ayudar a los más jóvenes a tener claves de análisis y filtros ante los medios de comunicación. Una figura que podría contar con una formación específica para este cometido.

4. Por último, el gestor de portales y editor, resulta el perfil más actualizado al ámbito digital que aporta la Aneca y que podría ajustarse más a la denominación de ‘gestor de portales y contenidos *on line*’ que trabaja generando información en la Red y puede, a su vez, incluir otros dos perfiles o facetas complementarias más concretas que requieren mayor detenimiento por su reciente implantación en la realidad laboral: el gestor multimedia independiente y el gestor de redes sociales.

El periodista denominado ‘gestor multimedia *freelance*’ que ofrece servicios multimedia, como autónomo o *freelance*, con destrezas para manejar los criterios periodísticos y el lenguaje de los diferentes soportes tanto para empresas como para medios de comunicación. Es decir, que es capaz de escribir para una web, al tiempo que prepara vídeos para internet o realiza labores de estrategias comunicativas para una o varias empresas al mismo tiempo; un periodista que, en sí mismo, constituye una ‘miniempresa’ informativa.

Y dentro del gestor de redes sociales surgen varias facetas. Algunos autores lo denominan “perfil social del periodista” porque requiere una “polivalencia social, entendida como la capacidad de interactuar de forma regular y simultánea por distintas vías con los públicos” (Palomo, 2013: 114). En esta faceta se ubica la figura del *community manager* que, a su vez, puede considerarse como parte del perfil del ‘gestor del gabinete multimedia’ o puede estar especializado en este servicio, de forma exclusiva, para medios de comunicación y diferentes organismos. Gestiona las redes sociales de una empresa, institución, entidad o medio de comunicación para reforzar la presencia destacada

de su marca en la red y lograr mayor difusión y efectividad comercial, desde un punto de vista comunicacional o estrictamente informativo.

Este perfil se incluye también dentro de la propia actividad de los medios de comunicación que buscan gestionar mejor sus redes sociales. Se trata de una labor ya imprescindible y que realizan muchos periodistas sin la preparación especializada, sino autodidacta. De una forma relacionada, se plantea, expresamente, la figura del “*gatekeeper* en Facebook”, por ejemplo, dedicado a seleccionar de manera profesional los contenidos informativos del medio en esta red social, evitando la figura del periodista multiuso (Rodríguez *et al.* 2010: 205). Igualmente adquiere especial relevancia el nuevo perfil periodístico que surge a través de *twitter*, una red social que ofrece un nuevo acceso a las fuentes y que permite difundir información y viralizar las de otros medios, aunque algunos estudios muestran cómo su uso se dirige más a difundir contenido preexistente que a crearlo (Carrera *et al.*, 2012). En definitiva, las nuevas herramientas dan lugar a nuevas rutinas que, poco a poco, conforman nuevos perfiles y que, en este caso, podrían aglutinarse en el llamado ‘*gatekeeper* de redes sociales’, lo que evidencia que cada uno de estos perfiles se encuentra en expansión.

La nueva figura emergente del ‘*community manager*’ con todas sus posibles variantes futuras, según la red social en la que se especialice, cuenta con una demanda laboral ascendente, un perfil que, dependiendo de su objetivo puede estar a caballo entre el Periodismo, las Relaciones Públicas y la Publicidad. Atendiendo a su faceta más periodística, tiene como funciones principales escuchar la información de su entidad y hacer circular la información interna y externamente. La formación en este campo debe dotar al alumno de capacidad “para buscar, seleccionar, recuperar, organizar, jerarquizar, analizar y procesar la información” y una de sus habilidades básicas es la de saber escribir bien, mostrar creatividad e innovación y contar con una base de ética y deontología del uso de la red con los llamados “valores 2.0” (Baladrón, 2010: 213). Una labor que responde a criterios informativos.

Estos cuatro grandes perfiles aparecen agrupados a continuación (tabla 1), a modo de resumen de las nuevas facetas periodísticas y multimedia. Pueden considerarse, pues, como salidas laborales de los periodistas actuales que no resultan excluyentes entre sí y que no se agotan en estas referencias, sino que pasan por un período de expansión y acomodo tanto en la realidad laboral como en la académica.

La propuesta expuesta viene a confirmar que los perfiles profesionales y formativos de los periodistas ya no pueden considerarse inamovibles, como hasta ahora, sino que ofrecen mayor interdependencia con la demanda del mercado laboral donde ya están en auge muchos de ellos, susceptibles de ampliación o supresión, dependiendo de la mayor definición de los propios modelos periodísticos digitales en período de transición. Una realidad presente a la que parece conveniente adaptar los planes de estudio que cursan los futuros periodistas.

Tabla 1. Delimitación de nuevos perfiles formativos multimedia

PERFILES PERIODÍSTICOS	MULTIFACETAS O MULTITAREAS
1. Informador multimedia	<ul style="list-style-type: none">- Redactor polivalente en soporte o temática- Redactor especializado en soporte o temática- Gestor periodístico de información y contenidos con base de programación (Periodismo de Datos)- Gestor de contenidos audiovisuales
2. Gabinete multifacético o multimedia	<ul style="list-style-type: none">- Periodista multidisciplinar- Informador corporativo multimedia- Agente de información (<i>Information Broker</i>)
3. Profesor de laboratorio y consultor	<ul style="list-style-type: none">- Docente e investigador- Mediador entre Universidad y empresa- Periodista colaborador en investigación de medios y mercados- Periodista-profesor en otras titulaciones y niveles educativos que forma sobre los medios
4. Gestor de portales y contenidos <i>on line</i>	<ul style="list-style-type: none">- Gestor multimedia <i>freelance</i>- <i>Community manager</i>- <i>Gatekeeper</i> en Facebook- <i>Gatekeeper</i> de redes sociales

Fuente: Elaboración propia a partir del *Libro Blanco de la Aneca* (2005).

6. La opinión de colectivos profesionales

La discusión académica en torno a la nueva realidad periodística discurre igualmente en el ámbito profesional. Una vez expuesto el debate más teórico y académico, esta investigación recurre a los resultados de una entrevista con un cuestionario de preguntas abiertas dirigido a los representantes de cinco colectivos de periodistas a los que se plantea la cuestión objeto de estudio.

A continuación se recoge un resumen de las respuestas de los profesionales a los que se dirige el cuestionario y que, al objeto de esta investigación, se centra únicamente en dos cuestiones planteadas de la siguiente forma:

“En la realidad periodística actual, ¿detecta nuevos perfiles profesionales? ¿Constata que puedan haber variado las funciones que venían cumpliendo los periodistas? Si es así, mencione cuáles son las funciones o perfiles que pueden haber desaparecido y cuáles se han incorporado en los últimos años”.

La portavoz de la Federación de Asociaciones de Periodistas (FAPE), Elsa González, señala que el periodista se enfrenta al nuevo mercado laboral donde surgen nuevos “nichos de empleo” en el marco de una nueva Sociedad de la Información aunque González considera que la función del periodista y de los medios de comunicación sigue siendo la misma: “Ser garantes del Derecho del ciudadano a recibir una información libre y veraz; ser vigilantes del poder de todo tipo; destapar corrupciones o abusos y dar voz a quien no tiene acceso a ser oído.

Además, ante el nacimiento de nuevos emisores informativos no periodísticos defiende el papel del profesional: “Ahora los periodistas somos más necesarios que nunca, para confirmar, situar, destacar y humanizar la información. Sólo el periodista y la empresa periodística se responsabilizan de lo que publican”. En esta compleja labor califica la formación de los periodistas como “fundamental”.

El secretario general de la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP), Dardo Gómez, reitera que “la función de informar no ha cambiado; los principios éticos que deben regirla, tampoco; y su función social es tan innegable como siempre y más necesaria que nunca”. Constata que sí se han producido otros cambios en las plataformas de emisión del mensaje, las herramientas y las rutinas de trabajo. Unos cambios que en su opinión, permiten a los periodistas “ser más eficaces e informar mejor”.

Desde la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) su presidenta, Carmen del Riego, también recalca que “la esencia del trabajo del periodista sigue siendo la misma: informar, obteniendo información, contrastándola, digiriéndola y transmitiéndosela a los ciudadanos para que puedan entender la realidad en la que viven”. En su opinión, la realidad periodística actual sí aporta cambios al ampliar el campo de trabajo del periodista, especialmente en un amplio ámbito de la Comunicación con nuevas tareas relacionadas con las redes sociales.

El decano del Colegio de Periodistas de Cataluña, Josep M. Martí, defiende que las nuevas tecnologías “también están introduciendo nuevos perfiles profesionales, como podrían ser los *community manager*, y todos aquellos profesionales que pueden vincularse con la gestión de contenidos”. En esta nueva realidad existen tareas que, en su opinión, se están adaptando a la realidad “pero sin alterar el concepto ni la función social que desempeña el periodismo”. En estas labores recuerda que el periodista “debe estar bien informado, pero sobre todo debe estar bien formado”.

Como representante de la Sociedad Española de Periodística (SEP), su entonces presidenta Concha Edo constata que, ante los cambios laborales, “los periodistas deben mantener inalterables sus funciones profesionales como la importancia de ofrecer información veraz, interesante, documentada, rigurosa y estructurada profesionalmente, sea cual sea el soporte utilizado: las mejoras tecnológicas no deberían llevar a la superficialidad”. Reconoce los cambios en los nuevos perfiles como “saber interactuar con la audiencia a través de las redes sociales y de la web de su medio” pero sin perder la máxima exigencia de calidad. Detecta un refuerzo del intrusismo al amparo de las nuevas tecnologías que el profesional debe contrarrestar con “especialización actualizada”.

En resumen, parecen existir coincidencias claras entre los representantes de los cinco colectivos consultados. Los profesionales constatan que se ha producido un cambio de modelo periodístico con la llegada de las nuevas tecnologías pero sin afectar directamente a la función de informar de los periodistas y señalan sus consiguientes exigencias éticas, su responsabilidad social, su necesario papel de ‘filtro informativo’ y de garante del Derecho a la Información, con todo lo que ello implica. De igual forma, coinciden en que el nuevo panorama mediático sí cambia el perfil del periodista y consideran que estas variaciones se traducen en nuevas oportunidades laborales o nichos de empleo ligados a la información digital y multimedia.

7. Discusión y conclusiones

Los resultados de la investigación muestran, en primer lugar, que en la revisión del marco conceptual los conceptos de Periodismo y periodista varían en el entorno multimedia de manera que algunas acepciones tradicionales han quedado desfasadas, como las que dicta la Real Academia Española (RAE), superadas por los cambios tecnológicos. Las razones principales del desfase son: que define periodista como una ‘persona legalmente autorizada para ejercer el periodismo’, cuando en España no existe una ley que determine quién puede ser periodista y, por tanto, quién está autorizado a serlo; además, atribuye ‘tareas literarias’ que en la práctica no tienen por qué responder con el resultado informativo; no menciona el trabajo multimedia ni la diferencia de soportes; y no recoge las acepciones de ciberperiodismo y ciberperiodista.

En segundo término, el estudio ahonda en la idea de que el concepto de periodista multimedia y el de ciberperiodista se encuentran en evolución, o en construcción, en un período de transición hacia nuevos modelos de negocio digitales, demandas informativas y delimitación de roles profesionales que dificultan una definición cerrada.

Partiendo de la teoría de que el periodista del siglo XXI será digital o no será, se llega a la conclusión de que los rasgos atribuidos tradicionalmente al profesional de la información resultan aplicables al periodista multimedia, aunque en éste se potencian cualidades específicas como la polivalencia y la versatilidad.

En tercer lugar, la revisión documental y la consulta directa a profesionales en activo, mediante una entrevista con cuestionario, corroboran la hipótesis de que las funciones principales del periodista no cambian en las redacciones multimedia, aunque sí los perfiles que emergen como nuevas salidas laborales. En este sentido el estudio refuerza la idea de que las funciones de informar, interpretar e intermediar del periodista permanecen inalterables como pilares fundamentales del Derecho a la Información, independientemente del soporte mediático.

A pesar de ello, el artículo evidencia una discusión académica aún abierta sobre la modificación de determinadas tareas periodísticas como las de filtro informativo o *gatekeeper*, documentalista o *curator*, y la de intérprete de la realidad; reforzadas o recortadas ante la sobreabundancia de información y de los nuevos modos de consumo informativo de un receptor más activo.

En cuarto lugar, la investigación constata la consideración de los perfiles periodísticos emergentes como nuevas oportunidades laborales, especialmente ligadas a tres vertientes: las redes sociales, la mayor presencia interactiva de empresas, instituciones o entidades, y la capacidad de interacción del público.

Y, en quinto y último término, el debate académico afronta ya la necesidad de ligar los nuevos perfiles periodísticos con las necesidades formativas de los periodistas del siglo XXI. Bajo esta premisa, la investigación propone desarrollar los cuatro roles formativos que marca la Aneca para adaptarlos a los planes de estudio en torno a cuatro roles: redactor multimedia polivalente o especializado; profesional de un gabinete de comunicación multifacético; profesor-investigador de laboratorio; y periodista promotor de servicios multimedia y *community manager*. Una propuesta abierta en el debate inacabado en torno a los perfiles periodísticos y formativos en evolución y dependientes del mercado tecnológico y comunicativo cambiante que deben seguir siendo objeto de investigación.

- **Investigación financiada:** Los resultados expuestos en este artículo están vinculados a la investigación en el [GIR “Nuevas Tendencias en Comunicación”](#) (Nuteco) y al Proyecto de Innovación Docente “[Evaluación y Desarrollo de Metodologías Docentes en Comunicación y Competencia Mediática](#)”.

Fechas:

- inicio de la investigación: 3 de abril de 2014
- término de la investigación: 30 de octubre de 2014

8. Notas

[1] Encuesta realizada entre 4 y el 19 de mayo de 2012 a través de correo electrónico y que forma parte de una investigación más amplia de la que aquí se extraen las cuestiones pertinentes a esta investigación.

[2] La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) se crea en 1922. Cuenta con 48 asociaciones federadas y 13 vinculadas con representación de más de 20.000 asociados de toda España. Su presidenta, Elsa González, ejerce el cargo desde mayo de 2010.

La Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP) se pone en marcha en 2001 y cuenta con 2.700 sindicatos afiliados y 300 delegados sindicales que representan a más de 14.500 trabajadores.

Responde a la encuesta su secretario general, Dardo Gómez, quien ocupa el cargo desde mayo de 2009.

La Asociación de la Prensa de Madrid (APM) es la organización de periodistas más antigua de España, creada en 1895, y la más numerosa de ámbito regional al contar con más de 7.600 socios. Contesta a las preguntas de la encuesta su presidenta, nombrada en diciembre de 2011, Carmen del Riego.

El Colegio de Periodistas de Cataluña se crea en 1985 como una de las primeras iniciativas de colegiación de periodistas en España. Aglutina a distintos colectivos de profesionales catalanes con más de 3.700 socios. Su decano, Josep M. Martí i Martí ostenta el cargo desde marzo de 2010.

La Sociedad Española de Periodística (SEP) se funda en 1989 y cuenta con 150 socios con la peculiaridad de que todos ellos son profesores e investigadores universitarios, procedentes de la mayoría de las Universidades españolas que ofrecen estudios de Comunicación. Concha Edo es su presidenta desde mayo de 2010 y en 2014 ha sido sustituida por Fernando López Pan.

[3] Especialista que selecciona y difunde el contenido más relevante sobre un tema o ámbito en diversas fuentes de información en la web (Guallar y Leiva-Aguilera 2013).

9. Referencias bibliográficas

E Aguinaga (1996): “Sobre la tesis de Peucer”, *Estudios del Mensaje Periodístico*, Nº 3, pp.73-83.

E Aguinaga (2001): “Hacia una Teoría del Periodismo”, en *Estudios del Mensaje Periodístico*, Nº7, pp. 241-255.

J Álvarez (1996): “Perfil del periodista del siglo XXI”, en Universidad de Sevilla:
<http://personal.us.es/jmarcos/> (4-abril-2014).

A Azócae (2011, 9 de marzo): “Diez lecciones sin certeza en la formación de periodistas”, en *El País*: <http://blogs.elpais.com/periodismo-con-futuro/2011/03/diez-lecciones-sin-certeza-en-la-formacion-de-periodistas.html> (2-abril-2013).

A Balandrón (2010): “La docencia en Comunicación en el EEEs ante los perfiles profesionales emergentes: el caso de los community managers”, en VV AA *Competencias y perfiles profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación*, (Coords. J Sierra & F Cabezuelo) pp. 206- 219. Madrid: Fragua.

A Benito (1982): *Fundamentos de Teoría General de la Información*. Madrid: Pirámide.

A Benito (1991) (Coord.): *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid: Ediciones Paulinas.

A Benito (2001) (Coord.): *Diccionario de Periodismo*. Madrid: Acento Editorial.

I Bernaola, M Adrover, & J.M. Sánchez-Chiquito (2011): *Programas informativos y de opinión en televisión*. Madrid: Síntesis.

S Berrocal, E Campos & M Redondo (2014): “Prosumidores mediáticos en la Comunicación política: el «politainment» en YouTube”, en *Revista Comunicar* 43, Vol. 22, pp.65-72.

J Biondi, S Miró, & E Zapata (2010): *Derribando muros. Periodismo 3.0: oferta y demanda de comunicación en el Perú de hoy*. Lima: El Comercio.

P Carrera, C Sainz, E Herrero, N Limón (2012): “Journalism and Social Media: How Spanish Journalists are Using Twitter”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 18 núm. 1 (2012) 31-53. Madrid: Universidad Complutense.

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/39353/37900> (31-enero-2015)

M Castells (2008): *La Era de la Información*. La Sociedad Red. Vol.1. Madrid: Alianza Editorial.

C Coca & P Diezhandino (1994): *La élite de los periodistas*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

J Davara (1991): “Profesionales de la comunicación”, en VV AA *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación* (Coord., A Benito) pp. 1.106-1.118. Madrid: Ediciones Paulinas.

J Díaz (2002): *La Escritura Digital: Hipertexto y Construcción Del Discurso Informativo en el Periodismo Electrónico*. Gipuzkoa: Universidad del País Vasco.

MP Diezhandino, G Aguago, P Carrera, J Fernández, O Martín & I Muro: (2012): *El periodista en la encrucijada*. Madrid: Fundación Telefónica, Editorial Ariel.

CH Esteban (2012): “Las nuevas profesiones del Periodismo”, en J Cerezo: *El futuro del periodismo*. Madrid: Cuadernos Evoca Comunicación e Imagen, pp.17-21.
<http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos7.pdf> (1-febrero-2015)

G Galdón (1999): *La enseñanza del Periodismo. Una propuesta de futuro*. Barcelona: CIMS.

G Galdón (2001): *Introducción a la información y a la comunicación*. Barcelona: Ariel.

M Graña (1927): “Escuelas de Periodismo”. Conferencia pronunciada en la Sociedad de Estudios Vasca: <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/congresos/04/04240252.pdfz> (2-febrero-2012)

J Guallar, J & Leiva-Aguilera (2013): *El Content Curator*. Barcelona. Editorial UOC.

A Hermida & N Thurman (2008): “A clash of cultures: The integration of user-generated content in the discourse on weblogs”, en *Journalism Studies*, 6 (3), pp. 387-396.

X López (2001): “Nuevos perfiles de los periodistas en la sociedad de la información”, en *Ámbitos*, N°7-8 (2º semestre de 2001- 1º semestre de 2002), pp. 7-18.

X López (2010): “La formación de los periodistas en el siglo XXI en Brasil, España, Portugal y Puerto Rico”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, pp. 231-243.

X López (2012): “La formación de los periodistas para los entornos digitales actuales”, en *Revista de Comunicación*, 11, pp. 178-195.

X López, M Gago, C Toural & M Limia (2012): “Nuevos perfiles y viejos cometidos de los profesionales de la información”. En VVAA. *Los nuevos desafíos del oficio de Periodismo. Actas del XVIII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística (SEP)*. Madrid: SEP y Universidad Carlos III de Madrid, pp.55-63.

JL Lorente (2010): “La formación de comunicadores en el EEES. Hacia una meta-competencia comunicativa”. En VV AA *Competencias y perfiles profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación* (Coord.J Sierra & F Cabezuelo). Madrid: Fragua, pp.15-26.

P Lozano (2007): “Prólogo”, IV Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística, en VV AA *Estudios de Periodística XIII. La Periodística como disciplina universitaria: balance y perspectivas* (Eds. B Gómez & S Hernández).Pamplona: Universidad de Navarra, pp.9-20.

P Masip & JL Micó (2009): “El periodista polivalente en el marco de la convergencia empresarial”, en *Quaderns del CAC*, 31-32 (julio 2008 - junio 2009), Consejo del Audiovisual de Cataluña, pp. 91-99.

C Mellado, J Simón, S Barría & J Enríquez (2007): “Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente”, en *Zer*, 23, pp. 139-164.

K Meso, J Díaz, A Larrondo, R Salaverría & M R Sadaba (2010): “Presencia y uso de internet en las redacciones de los diarios vascos y navarros”, en *Mediatika*, núm. 12, pp. 301-319.

JM Noguera (2013): “How open are journalists on Twitter? Trends towards the end-user journalism”, en *Communication & Society/Comunicación y Sociedad*, Vol. 26, n. 1, pp. 93-114.

B Palomo (2013): “Claves de la implantación y la expansión del perfil social del periodista”, en *Comunicación y Medios*, 28. Universidad de Chile, pp. 113-129.

<http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/27403/32125> (2-febrero-2015).

JJ Perona (2000): “La formación de los comunicadores”, en VV AA Congreso Comunicar no século XXI, pp. 97-105. Actas del Congreso (22-25 de noviembre de 1999), Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.

P Sánchez-García (2013): “Retos en la formación de los periodistas españoles: convergencia europea, capacitación tecnológica y formación permanente”, en *Comunicación y Medios*, 28. Universidad de Chile, pp. 40-60.

T Peucer (1690): “Relationes Novellae”. Tesis Doctoral. Universidad de Leipzig:
<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11341629/Digital/ESMEP03.pdf> (8-marzo-2010).

JL Piñuel (2000): “Formación universitaria y formación de profesionales en Métodos y Técnicas de Investigación social en Comunicación”. Ponencia del Congreso Nacional de Investigadores de la Comunicación Audiovisual (2000): <http://web.jet.es/pinuel.raigada/> (12-diciembre- 2012).

E Real (2004): “Formación y ejercicio profesional del periodista en la España del siglo XXI dentro del marco de la Unión Europea”. Tesis inédita. Madrid: Universidad Complutense:
<http://eprints.ucm.es/tesis/inf/ucm-t27334.PDF> (9-mayo-2011).

MI Rodríguez, F J Herrero & F Sánchez (2010): “Los medios de comunicación en las redes sociales ante el reto de Bolonia”, VV AA *Competencias y perfiles profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación* (Coord. J Sierra & F Cabezuelo). Madrid: Fragua, pp. 194-205.

G Rosique (2013): “Los estudios universitarios de periodismo en España: la adaptación al EEES y la formación de periodistas en competencias digitales”, *Revista Internacional de Estudios sobre Sistemas Educativos*, Vol.1, Núm. 1-2. México: Universidad del Desarrollo Empresarial y Pedagógico, pp, 117-132.

R Salaverría (2012): “Extrema turbulencia en los medios en 2011”, en *Anuario ThinkEPI*, n.6, pp. 161-165.

R Salaverría & J A García (2008): “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo”, *Trípodos*, N° 23. Barcelona, 2008.

A Sánchez-Bravo (1979): *Periodistas: mensajeros, escribas y retóricos*. Madrid: Pirámide.

GA Scolari, J Micó, H Navarro, H Pardo (2008): “El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes”, en *Zer*, (13/25), pp. 37-60.

W Silcock, S Keith (2006): “Translating the tower of Babel? Issues of definition, language, and culture in converged newsrooms”, en *Journalism Studies*, Vol. 7, Nº 4.

J Singer (2011): *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*, Wiley-Blackwell, New York.

X Soengas, Al Rodríguez, N Abuín, N. (2014): “La situación profesional de los periodistas españoles: las repercusiones de la crisis en los medios”, *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 104-124.

S Tejedor (2007): “La enseñanza del ciberperiodismo: enseñar y aprender periodismo on-line”, VV AA IV *Estudios de Periodística XIII. La Periodística como disciplina universitaria: balance y perspectivas* (Eds. B Gómez, S Hernández). Pamplona: Universidad de Navarra, pp.405-411.

J Varela (2005): “El asalto de los medios sociales”, en *Cuadernos de Periodistas* (enero de 2005), Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.

JJ Videla (2002): “La formación de los periodistas en España: perspectiva histórica y propuestas de futuro”. Tesis inédita. Madrid. Universidad Complutense:

<http://pendientedemigracion.ucm.es/BUCM/tesis/inf/ucm-t25979.pdf> (20-enero-2013).

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

P Sánchez-García, E Campos-Domínguez, S Berrocal Gonzalo (2015): “Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 187 a 208.

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1042va/12es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2015-1042](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1042)

Artículo recibido el 29 de noviembre de 2014. Aceptado el 26 de febrero.

Publicado el 7 de marzo de 2015.