

Número 16 · Mayo de 2018

El perfil y formación del ciberperiodista en redacciones nativas digitales

LIDIA CAMINERO FERNÁNDEZ
Universidad de Valladolid
lidiacam95@gmail.com

PILAR SÁNCHEZ-GARCÍA
Universidad de Valladolid
pilar.sanchez@hmca.uva.es
<http://orcid.org/0000-0002-6223-182X>

The profile and training of the cyberjournalist in digital native newsrooms

RESUMEN ABSTRACT

La presente investigación tiene como objetivo conocer cómo afecta a las redacciones el fin de un ciclo comunicativo (López, 2008) que, de alguna manera, representa una nueva sociología del oficio del periodista (García y Barranquero, 2014). El estudio analiza los cambios en las redacciones digitales desde tres perspectivas concretas: competencias periodísticas, perfiles y necesidades formativas en medio de un ecosistema en mudanza. Para ello, se recurre a una metodología cualitativa mediante la técnica del cuestionario con preguntas abiertas dirigido a redactores jefe y subdirectores de cuatro cybermedios españoles: *El Confidencial*, *Libertad Digital*, *Huffington Post* y *El Español*. En los resultados obtenidos destacan varias coincidencias: la reconocida falta de formación multimedia específica; las competencias que reclaman centradas en el dominio de internet y de la narración; la incorporación de dos perfiles principales de especialistas en redes sociales y redactor polivalente; y, por último, las deficiencias prácticas que detectan en la formación periodística actual ante el nuevo entorno mediático.

*The present research aims to know how the newsroom affects the end of a communicative cycle (López, 2008), which, in a way, represents a new sociology of the journalist's job (García y Barranquero, 2014). The study analyzes the changes in digital newsrooms from three perspectives: journalistic skills, profiles and training needs in the midst of a moving ecosystem. The study uses a qualitative methodology through the technique of questionnaire directed to chief editors and deputy directors of four Spanish cybermedia: *El Confidencial*, *Libertad Digital*, *Huffington Post* and *El Español*. The results obtained highlight several coincidences: the acknowledged lack of specific multimedia training; the competencies that claim centered in the domain of Internet and of the narration; the incorporation of two main profiles as specialists in social networks and polyvalent journalist; and, finally, the practical deficiencies that they detect in the current journalistic formation versus the new media environment.*

PALABRAS CLAVE KEYWORDS

Ciberperiodismo, Multimedia, Competencias, Perfiles, Formación

Cyberjournalism, Multimedia, Skills, Profiles, Training

Caminero, L., y Sánchez-García, P. (2018). El perfil y formación del ciberperiodista en redacciones nativas digitales. *Hipertext.net*, (16), 4-15. DOI: 10.31009/hipertext.net.2018.i16.04

<https://dx.doi.org/10.31009/hipertext.net.2018.i16.04>



1. Introducción

El nuevo entorno comunicativo provoca cambios permanentes en las redacciones de los medios de comunicación que obligan a los profesionales en activo a adaptarse 'en directo'. El periodismo digital traslada así retos revolucionarios a los informadores (Meso, 2006) imbuidos en un ecosistema multimedia que, entre otros aspectos, reclama nuevos perfiles con un amplio espectro de especialidades comunicativas y formatos (Gómez-Calderón, Roses, y García-Borrego, 2017). En las redacciones de los medios se vive la transformación con la inclusión de las nuevas tecnologías en los procesos de comunicación al tiempo que nace la necesidad de redefinir las competencias y roles profesionales, en un cambio etnográfico del modelo informativo (Paterson y Domingo, 2008) aplicado a la práctica y a la reestructuración de las redacciones. Igualmente, el trabajo periodístico en la era de internet implica un proceso de convergencia en el que cambian los modelos de negocio, las rutinas, las fuentes, la difusión, la audiencia y, por ende, el propio periodista.

El periodismo tiene como espacio principal de desarrollo la plataforma de Internet (Díaz Noci, 2008) y en ella emerge una nueva figura periodística que empieza a invadir un nuevo tipo de redacción para elaborar noticias en este contexto: el ciberperiodista (Meso, 2006). El profesional del siglo XXI debe afrontar esta convergencia en los medios de manera que sea capaz de dominar nuevos lenguajes para producir nuevas piezas donde se combine el texto, el audio y el vídeo, e incluso la narrativa transmedia (Barrios y Zambrano, 2015) e hipermedia (Larrondo, 2009).

Partiendo de que la figura del periodista que trabaja en la Red es el periodista de siempre que busca informar de los hechos y realidades, contando las mejores historias posibles, la novedad de la era ciber es que el redactor adquiere nuevas competencias y habilidades y realiza tareas multimedia que dan lugar a los nuevos perfiles que ya ocupan su espacio en los medios digitales. En este contexto se transforma la figura tradicional del informador en un periodista multimedia y polivalente con las destrezas necesarias para elaborar noticias en varios soportes (Salaverría y García-Avilés, 2008). Este grado de polivalencia demostrado por el periodista varía según el tipo del medio, la propiedad (pública/privada), las dimensiones o la propia evolución de la empresa (Scolari et al., 2008).

Una transformación calificada de fin de un ciclo comunicativo (López, 2008) que da paso a una nueva realidad en la que resulta de interés conocer más a fondo nuevas estructuras en las redacciones, revisar rutinas profesionales y perfiles dominantes. Estamos ante un proceso de transición y definición en el periodismo y la Comunicación en el que, al mismo tiempo, las funciones del periodista siguen inalterables: informar, interpretar e intermediar (Sánchez-García, Campos-Domínguez y Berrocal, 2015). Por todo ello, parece conveniente seguir

estudiando esta realidad mediática que implica ahondar en la nueva sociología del periodista (García y Barranquero, 2014) que surge en las redacciones y, muy especialmente, en las redacciones digitales organizadas por, para y con la Red. Y, al mismo tiempo, estudiar la convergencia desde el punto de vista de la antropología mediática - "media anthropology" (Deuze, 2009)- que permite analizar el fenómeno desde un punto de vista práctico de las redacciones.

En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo conocer cómo viven las redacciones de medios nativos digitales, nacidos en la era post-internet, el cambio de competencias, perfiles y necesidades formativas en medio de un ecosistema en mudanza constante. Un propósito que trata de responder a cuestiones concretas: ¿Se impone la figura del periodista polivalente en los medios nativos online?; ¿qué nuevos perfiles emergen?; ¿qué formación demandan los medios nativos digitales? Y, al mismo tiempo, este estudio persigue la finalidad secundaria de acercarse desde el ámbito académico al profesional para conocer la transformación desde dentro; una tarea que no siempre resulta sencilla por la falta de respuesta y el hermetismo detectado en algunos medios.

La investigación parte con la hipótesis principal de que los medios nativos digitales ofrecen una nueva sociología del ciberperiodista al que reclaman nuevas competencias, con la incorporación de perfiles polivalentes junto a roles especializados y con una formación específica. Una idea de partida sustentada a partir de los cada vez más numerosos estudios precedentes que retratan en nuevo entorno mediático y que, en este caso, se trata de confirmar o matizar, desde la perspectiva de los propios profesionales.

2. El nuevo periodismo en el hábitat digital

Los estudios en torno a la acepción del ciberperiodismo hacen referencia al desarrollo del periodismo que tiene como espacio principal la plataforma de Internet. Para entender esta formulación hay que hablar de la creación de un nuevo medio, el ciberespacio, que obliga a adaptar la producción informativa a las características del mismo (Díaz Noci, 2008). E igualmente se concibe como "la especialidad del Periodismo que emplea el ciberespacio para la elaboración y difusión de contenidos periodísticos" (Parra Valcarce y Álvarez Marcos, 2004: 48). Es decir, un nuevo hábitat al que tratan de adaptarse los medios tradicionales que informan en la red y los cibermedios nativos digitales que nacen en internet.

Los medios en prensa tradicional se han adaptado a la versión tecnológica y, aunque con un ritmo diferente, todos emplean sus medios tradicionales como herramienta generadora de contenidos en línea para convertir posteriormente sus versiones digitales en publicaciones en red con entidad propia. "Los pasos de la prensa fueron secundados, en menor medida, por la radio y la televisión, y en general, por un amplio sector de

la empresa periodística nacional, que penetró en el ciberespacio con un patrón de acción compartido" (López, 2008: 50). Los medios españoles llevan más de dos décadas de adaptación desde 1994 cuando apareció la edición digital del semanario de información general *El Temps* disponible en la red Servicom junto con las primeras pruebas de publicación digital de *El Periódico de Catalunya*, *El Mundo* y *El Periódico* (Salaverría, 2016). La expansión digital ha sido imparable con la treintena de diarios con presencia en internet en 1996 y hasta superar el centenar con el cambio de siglo. Una realidad inexorablemente digital que ha conectado la información en red, con la interacción en las redes sociales y los contenidos multiformato. Y es realmente en los medios *on line* donde se estudian las nuevas prácticas, perfiles y rutinas periodísticas para comprobar los cambios profesionales en el entorno multimedia atribuidos a una nueva profesión (Deuze y Dimoudi, 2009) que ha desarrollado perfiles profesionales emergentes especialmente en la web (Torzuko, 2010) y cada vez con nuevos roles a través de las redes sociales que permiten hablar del "periodista reinventado" (Ulrika, 2017).

2.1. Perfiles profesionales emergentes y competencias en desarrollo

El periodista que trabaja en la web se ha reconvertido desde una formación analógica por iniciativa propia o por la propia reconversión del medio para el que trabaja (Meso, 2006). La evolución de este profesional implica la evolución de los perfiles profesionales. En este caso, por perfil periodístico se entiende "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" (Sánchez-García et al., 2015: 196). Muchos de estos perfiles consisten en una ampliación de las antiguas profesiones mientras otros se lanzan a nuevos cometidos con ámbitos nuevos e incluso, experimentales (López et. al., 2012).

Los estudios en torno a los perfiles periodísticos comenzaron a partir de la nueva era de internet asociados a los medios de comunicación *on line* (Deuze 2002, Mellado et al., 2007) y resultan cada vez más numerosos (Flores Vivar y Miguel Arruiti, 2001; Meso, 2006; López et al., 2012; Soler-Adillon et al., 2016; Flores Vivar, 2017) centrados, principalmente en describir, definir y catalogar esa nueva sociología del periodista dentro de las redacciones. El estado de la cuestión refleja que el estudio de los perfiles se presenta especialmente enfocado a la praxis en los medios digitales y con especial atención a los nativos digitales, en los que se centra precisamente esta investigación, por esperar, a priori, un mayor desarrollo de sus perfiles multimedia emergentes al ser medios nacidos en y para la Red.

La revisión documental previa, permite aglutinar aquí diferentes clasificaciones de los perfiles emergentes detectados desde perspectivas variadas: desde la industria de la información y contenidos (Tabla 1); desde el entorno digital periodístico (Tabla 2); y desde la delimitación de perfiles formativos (Tabla 3).

Teniendo en cuenta las profesiones emergentes en la economía de la ciberinformación siguiendo el trabajo de autores

Industria de la Información	Buscador de información en la red: Profesional que busca y procesa información procedente del mundo Internet.
	<i>Freelance</i> digital: Colaborador de un medio que trabaja por su cuenta y cobra por pieza publicada.
	Asistente de información en la redacción: Figura que lee y contesta los mensajes del periodista o de la redacción que llega a través de los usuarios.
	Periodista web o ciberperiodista: Figura que elabora noticias para volcar en la Red.
	Limpiadores de ruido informacional: Los ' <i>noise killers</i> ' acaban con esa información irrelevante obteniendo solamente la de interés para la empresa.
Industria de los Contenidos	Responsable de contenidos: Persona que deberá filtrar información de la total obtenida para lanzar la de interés.
	El <i>webmaster</i> : Soporte dinámico de la página web que actualiza contenidos y vela por el mantenimiento de la web.
	Redactor- <i>copy</i> : Generador de contenidos para la redacción en formato digital.
	Auditor de información: La auditoría de información es el proceso por el cual determinamos qué información es la necesaria para cumplir los objetivos.
	Sindicador: Intermediario que distribuye los contenidos a terceros.
	Creador y sindicador: Empresas que originan y empaquetan sus propios contenidos para que otras empresas los difundan a sus clientes.
	Agregador: Personas dedicadas a localizar, capturar y clasificar toda la información que circula por Internet priorizando la generada en medios de comunicación en línea.
Originador y distribuidor: Individuos que quieren rentabilizar la producción de contenidos propios vendiéndolos a terceros.	

Tabla 1. Perfiles emergentes en la industria de la información y de contenidos. Fuente: Elaboración propia a partir de Flores Vivar y Miguel Arruiti (2001: 161-165).

como Flores Vivar, Miguel Arruti (2001) y Meso Ayerdi (2006) se puede hacer una distinción entre las figuras profesionales en la industria de la información y entre las referentes en la industria de los contenidos.

Otra de las posibles clasificaciones estudiadas hasta ahora es la que tiene que ver con la expansión del entorno digital a través del uso de las redes sociales, blogs, wikis y otros recursos del concepto 2.0 en los medios digitales (Tabla 2).

Perfiles periodísticos desarrollados en entorno digitales	
1	Blogger influenciador (<i>Influencer Blogger</i>)
2	Analista de contenidos web (<i>Web Analyst</i>)
3	Gestor de comunidades de Internet (<i>Community manager</i>)
4	Periodista móvil (<i>Mobile journalist</i>)
5	Periodista de datos (<i>Data journalist</i>)
6	Creador de podcast (<i>Podcaster</i>)
7	Editor de contenidos multimedia (<i>Multimedia editor</i>)
8	Evangelizador del Ciberperiodismo (<i>Internet journalism evangelista</i>)
9	Responsable de medios sociales (<i>Social media editor</i>)
10	Periodista programador informático (<i>Programmer journalist</i>)
11	Editor de videojuegos (<i>Videogames editor</i>)
12	Analista de medios (<i>Media analista</i>)
13	Responsable de mapas de información (<i>Mapper information</i>)
14	Gestor de negocios digitales (<i>Digital Business Media Manager</i>)
15	Editor de vídeos digitales (<i>Videoweb editor</i>)

Tabla 2. Perfiles periodísticos. Fuente: Elaboración propia a partir de Flores Vivar (2017).

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 on line	<ul style="list-style-type: none"> - Gestor de portales y contenidos on line

Tabla 3. Delimitación de nuevos perfiles formativos multimedia. Fuente: Sánchez-García et. al., 2015.

La relación entre los perfiles profesionales y formativos del periodismo se han organizado en torno a categorías generales siguiendo las directrices de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA, 2005) en el 'Libro Blanco de Títulos de Grado de Comunicación' que sirve de guía a las universidades para establecer los perfiles de formación con cuatro bloques principales: redactor de información; redactor responsable de prensa o comunicación institucional; investigador, docente y consultor de comunicación; y gestor de portales y editor de contenidos. Estos cuatro perfiles formativos principales han sido desarrollados en investigaciones posteriores que permiten actualizarlos una década después en el entorno multimedia (Sánchez-García et al., 2015) especialmente enfocados a la necesidad de afrontar la producción de contenidos multisopte.

La adaptación a los procesos de innovación tecnológica afecta a los medios de comunicación pero muy especialmente a los profesionales que allí trabajan. Bajo las nuevas herramientas tecnológicas se encuentra un cambio total de los modelos de negocio, las estructuras de los medios, las narrativas y de las competencias y roles (Salaverría, 2000, 2011, 2012; Díaz, 2002; Meso et al., 2010; Biondi et al., 2010; Soengas et al., 2014). Estos cambios van de la mano de los nuevos consumos de las audiencias en un momento en el que los medios publican igualmente contenido generado 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 y Redondo, 2014). En este nuevo hábitat, el periodista se adapta asumiendo nuevos roles que, a su vez, implica desarrollar nuevas competencias.

El concepto de competencia remite a "la habilidad para responder a las demandas o llevar a cabo tareas con éxito y consistentes con las dimensiones cognitivas y no cognitivas" (Deseco, 2002, en Martínez Ruiz et al., 2007). Partiendo de este concepto, las nuevas competencias y habilidades que

ha de poseer un ciberperiodista para ejercer con eficacia su trabajo son las mismas que cualquier periodista de cualquier otro medio adaptadas a las determinaciones de esta mediación (Jaraba, 2006) y que, siguiendo a este autor, pueden aglutinarse en cuatro grandes tipos de competencias que se reproducen a continuación por considerarlas de interés por su concreción:

1. Competencias de redacción: escritura hipertextual, gran capacidad de síntesis, mayor claridad en la escritura, conciencia del dinamismo del espacio web; redacción de entradillas y epígrafes, dominio del inglés leído y escrito y de todas las lenguas posibles. Dominio de competencias de periodista de prensa impresa y conocimientos básicos de periodismo de radio, televisión y fotoperiodismo: habilidades de edición literaria, fotográfica y gráfica.

2. Competencias informativas: enorme rapidez de búsqueda, selección, redacción y publicación de las noticias. Exigencia en la búsqueda de fuentes y capacidad de orientación entre el ruido de la red. Conocimiento tanto de macro como de micro-medios y de los lectores. Disponibilidad para ser cuestionado mediante la interactividad.

3. Competencias tecnológicas: comprensión del diseño y uso de los cibermedios con un nivel de usuario avanzado en las herramientas de la web así como en la edición de vídeo y audio para la web. Uso de programas de diseño, *blogging*, *podcasting* y *videocasting*.

4. Competencias sociales: comprensión de las dimensiones sociales de la red: el Ciberperiodismo como periodismo de proximidad al receptor. Contar con la vigencia de la brecha digital, la red trata de personas y de mentes no solo de tecnologías.

5. Competencias humanísticas: amplios conocimientos de geografía e historia con una conciencia de la polaridad local-global tanto en la producción como en la recepción de noticias. Reflexión de la evolución de los medios de la difusión del conocimiento y de los cambios culturales y humanísticos. Revisión actualizada del pensamiento ilustrado pero también la formación de la mentalidad europea de la edad media y renacimiento: sólida formación en historia contemporánea.

Los cinco tipos de competencias aquí definidas se resumen en las habilidades periodísticas más destacadas: la habilidad de la escritura, el criterio periodístico, el manejo tecnológico, las habilidades sociales y el equipamiento intelectual. Competencias que han existido en las redacciones tradicionales y que en la actualidad se desarrollan en el entorno multimedia bajo la cuestión de ¿cuáles de ellas son las más demandadas en las redacciones digitales? Un aspecto al que trata de responder la presente investigación a través de la consulta a los propios responsables de medios en línea.

2.2. La formación permanente del ciberperiodista

El desarrollo de nuevos perfiles y competencias descritos no puede desligarse de la propia formación en el nuevo entorno mediático. En este nuevo panorama laboral, la enseñanza del periodismo se convierte en un hito fundamental para las facultades de Ciencias de la Comunicación que han de ser capaces de formar a los futuros profesionales con las nuevas destrezas y conocimientos que requiere la red de redes (Tejedor, 2008). Surge así la enseñanza del ciberperiodismo que radica en la preparación del alumno para que sea un profesional del periodismo digital y multimedia capaz de trabajar en el nuevo escenario laboral con una demanda de nuevos perfiles profesionales, varias posibilidades de trabajo y negocio y una competencia más intensa al vivir en una sociedad global (Armañanzas, 2012).

Cambian las necesidades formativas para que las universidades puedan satisfacer las demandas de la nueva forma de hacer periodismo (Palacios y Díaz Noci, 2009), tanto desde el punto de vista del uso de las redes, como de la nueva "narrativa hipermedia" (Larrondo, 2009) o del "diseñador de interacción" (Soler-Adillon, et al., 2016), entre otras perspectivas. De momento, el diagnóstico de varios especialistas confirma que existe una tímida actualización formativa al entorno digital y lenta por parte de las universidades que, aunque con cambios y avances progresivos, no han incorporado esta realidad digital de manera decidida y transversal en sus planes de estudios (Salaverría, 2011; Díaz Noci, 2007; Tejedor, 2008; Sánchez-García y Campos-Domínguez, 2016). La rapidez con la que cambian los nuevos usos comunicativos contribuye a remarcar las carencias en la docencia/aprendizaje del ciberperiodismo (Armañanzas, 2012).

Ante la realidad de la transformación permanente en los medios y empresas comunicativas debido a la revolución de las nuevas tecnologías y el cambio de herramientas digitales, los profesionales requieren de una mayor preparación y una adaptación formativa permanente. Resulta necesario responder a este desafío con la oferta de una enseñanza integral en los programas que aún provoca un debate con dos modelos diferenciados: los periodistas formados para medios digitales donde se prioriza la enseñanza técnica ante la instrumental, frente a la formación transversal para la era digital con un perfil versátil de periodista polivalente (Salaverría, 2000). Surge aquí una nueva pregunta de investigación: ¿qué tipo de formación demandan las redacciones nativas digitales cuando contratan a nuevos periodistas? La realidad ya refleja que la formación debe ser permanente y autodidacta para afrontar una realidad comunicativa en evolución constante.

3. Metodología

La presente investigación recurre a una metodología cualitativa basada en la técnica de la entrevista a través del

cuestionario con preguntas abiertas. Se trata de un método aplicado en las Ciencias Sociales que resulta básico en la investigación por encuesta y consiste en un documento que recoge de manera organizada los indicadores de las variables implicadas en el estudio (Casas et al., 2003 en Aparicio et al., 2008). Un procedimiento que se considera adecuado en este caso para conocer algunos de los principales cambios de las redacciones desde la perspectiva de los responsables digitales.

3.1. Selección de la muestra

El cuestionario ha sido remitido a responsables de la sección digital de seis cibermedios españoles de los que han respondido cuatro: *El Confidencial*, *HuffingtonPost*, *Libertad Digital* y *El Español*. La selección incluye medios nativos digitales que vuelcan contenido exclusivamente a la Red y que han nacido en la era post-internet, considerando así que no han tenido que adaptarse al entorno digital sino que han nacido en él. Por tanto, sus modelos de redacción pueden considerarse, *a priori*, completamente multimedia, sin procesos de transformación desde rutinas tradicionales ni redacciones paralelas, como puede ocurrir en un medio tradicional que se adapta progresivamente al nuevo hábitat ya descrito anteriormente. Los medios participantes cuentan con diferentes rasgos a tener en cuenta que se describen a continuación:

El Confidencial: especializado en noticias económicas, financieras y de actualidad política, este diario digital español de información general fue fundado en febrero de 2001. Ofrece todos sus contenidos de manera gratuita en Internet sin pago ni socios y está financiado con publicidad, eventos y patrocinio. Sus fundadores fueron José Antonio Sánchez, Jesús Cacho y Antonio Casado y el actual director es Nacho Cardero.

El Huffington Post: este diario es la edición española del diario en línea estadounidense *The Huffington Post* y está dirigido por Montserrat Domínguez con Guillermo Rodríguez como

subdirector. Este medio online llegó a España en 2012 tras convertirse en líder de audiencias en EEUU y cuenta con la participación del 50% de Prisa Noticias y el otro 50% corresponde a *The Huffington Post*.

Libertad Digital: diario en Internet editado íntegramente en español desde el 8 de marzo del año 2000. El director es Raúl Vilas y los editores Martín Higuera, Pilar Díez y Mercedes Rodríguez. Este diario se define como económicamente liberal.

El Español: este diario digital español fue fundado el 7 de octubre de 2015 bajo la dirección de Pedro J. Ramírez, cofundador y exdirector de *El Mundo* y de *Diario 16*, y apoyado en este proyecto por su hija María Ramírez Fernández (editora del periódico) y Eduardo Suárez.

3.2. Categorías de estudio

El cuestionario se remite vía mail al jefe de redacción o subdirector de cada medio, como responsables de las ediciones digitales, por considerar que sus respuestas serán de utilidad al ocupar un cargo que interactúa con todos los integrantes de la redacción y que intervienen directamente en la toma de decisiones organizativas.

El estudio incluye preguntas abiertas que abarcan cinco categorías de análisis que tratan de responder al objeto de estudio de la presente investigación (Tabla 4).

1. Formación específica de responsables digitales
2. Competencias esperadas del ciberperiodista
3. Perfiles periodísticos presentes en el medio
4. Demanda de polivalencia en los periodistas
5. Percepción de la formación de los graduados en Periodismo

Cibermedio	El Confidencial	HuffingtonPost	Libertad Digital	El Español
Periodista	Daniel Arjona Rubio	Guillermo Rodríguez Díaz	Carmelo Jordá	Vicente Ferrer Molina
Cargo	Redactor Jefe de Cultura	Subdirector	Redactor Jefe/Editor	Subdirector
Fecha de envío	16/05/2017	9/05/2017	11/05/2017	16/05/2017
Fecha de realización	17/05/2017	16/05/2017	14/05/2017	17/05/2017
Preguntas	1. ¿Cuenta con alguna formación específica para el trabajo en el periodismo multimedia?			
	2. ¿Cuáles son las competencias, entendidas como habilidades, que debe asumir el ciberperiodista?			
	3. ¿Considera que existen nuevos perfiles periodísticos en su medio? En caso afirmativo, ¿puede citarlos?			
	4. ¿Las nuevas demandas laborales requieren un periodista "polivalente" o un "trabajador multitarea"?			
	5. ¿Cómo valora la formación de los nuevos graduados en periodismo? ¿La considera adecuada al actual entorno comunicativo?			

Tabla 4. Ficha técnica de los participantes y desarrollo del cuestionario. Fuente: Elaboración propia.

El análisis cualitativo de las respuestas se completa en una tabla de análisis que permite extraer, a través de una simplificación de las respuestas relevantes, una comparativa de las coincidencias y diferencias expresadas desde los diferentes cibermedios (Tabla 5), así como la percepción de cada uno de los entrevistados.

Aunque la participación de cuatro cibermedios puede suponer una limitación del estudio, al mismo tiempo se ha considerado que sus respuestas resultan útiles puesto que son medios representativos en el sector español, cuya perspectiva permite refrendar aspectos teóricos ya señalados y que se presentan como punto de partida de futuros estudios relacionados con el sector profesional, no siempre accesible desde el ámbito académico y de ahí su posible valor.

4. Resultados del cuestionario a cibermedios españoles

El cuestionario presentado refleja la visión de responsables de cuatro cibermedios españoles, en concreto dos jefes de redacción y dos subdirectores. Sus respuestas se presentan ahora como resultados agrupados en las cinco categorías de estudio, estableciendo un paralelismo que permita extraer ideas concluyentes.

4.1. Formación específica de responsables digitales

Resulta interesante conocer si los entrevistados, al trabajar como responsables en un medio nativo digital cuentan con una formación multimedia específica para el desarrollo de su trabajo en este nuevo ecosistema digital que vuelca contenido exclusivamente en la red con las nuevas narrativas digitales.

El cuestionario enviado a *El Confidencial* fue contestado por el redactor jefe de Cultura, Daniel Arjona Rubio; este periodista es licenciado en Historia y posee el Máster en Periodismo de *El Mundo*, sin embargo asegura que la única formación válida en el periodismo multimedia es la que le ha dado la experiencia. La respuesta de Guillermo Rodríguez Díaz, subdirector del *HuffingtonPost*, respecto a su formación multimedia específica es que se ha autoformado digitalmente y para ello ha dedicado su tiempo a investigar, probar programas, navegar, fallar y acertar. Por su parte, Carmelo Jordá, redactor jefe y editor de *Libertad Digital*, es también licenciado en Periodismo y asegura que no ha recibido ninguna formación específica relevante posterior, y así, su formación digital parte de sus propios esfuerzos por aprender de manera autodidacta. En último lugar, la respuesta de Vicente Ferrer Molina, subdirector de *El Español*, confirma que no posee tampoco una formación multimedia específica dando importancia a que los periodistas no nativos digitales tienen que asumir el reto de moverse en un ecosistema distinto y adaptarse.

La principal coincidencia extraída en estas categorías es que

todos los entrevistados se han adaptado a la presente situación tecnológica gracias a la autoformación, la experiencia, el empleo de tiempo y los propios esfuerzos por aprender en este nuevo ecosistema digital.

4.2. Competencias esperadas del ciberperiodista

La segunda cuestión fundamental para esta investigación es la opinión de los entrevistados acerca de las competencias, entendidas como habilidades profesionales, que en su opinión debe poseer un periodista en un entorno digital.

Daniel Arjona Rubio (*El Confidencial*) considera que las habilidades son la rapidez, una atención dispersa y la capacidad de encontrar un enfoque inesperado, sorprendente, que nadie ha pensado para contar la historias de cada día. Guillermo Rodríguez Díaz (*HuffingtonPost*) comenta que es necesaria una excelente redacción, poseer una capacidad de comunicación y un dominio absoluto de Internet. Carmelo Jordá (*Libertad Digital*) apunta que es necesario un entendimiento claro de las virtudes y los defectos del periodismo en internet. También cree que es vital una capacidad para manejar nuevos formatos informativos para integrar un trabajo periodístico escrito y audiovisual. Vicente Ferrer Molina (*El Español*) comenta que un ciberperiodista es, ante todo, un periodista porque el soporte para el que se trabaja no define al profesional; y añade que las nuevas tecnologías obligan al profesional a adaptarse y a tener competencias específicas y por ello un periodista multimedia ha de ser capaz de narrar en cualquier lenguaje, de manejarse en redes sociales y producir vídeos; en su opinión, el ciberperiodista tendrá más oportunidades que aquel que no tenga esas habilidades y recalca que junto a ese adiestramiento es imprescindible una formación que dote al profesional de espíritu crítico.

En resumen, en las competencias que se esperan que desarrolle un ciberperiodista hay una coincidencia en la necesidad del control de internet y la redacción en este formato. Sin embargo, cada entrevistado entiende unas habilidades diferentes: unos priorizan el manejo de redes sociales mientras que otros consideran más importante el control de nuevos formatos informativos, por ejemplo.

4.3. Perfiles periodísticos más demandados en el cibermedio

Los participantes en el cuestionario responden a la pregunta de qué nuevos perfiles periodísticos se han asentado en sus cibermedios y que, por lo tanto, se presentan como imprescindibles.

Daniel Arjona Rubio (*El Confidencial*) afirma que existen nuevos perfiles en su medio representados en la figura del periodista experto en redes, el especialista en SEO y posicionamiento en buscadores; considera fundamental la figura del "periodista atrevido que no debe nada a la práctica antigua

de la profesión y se atreve con nuevos horizontes y perspectivas". Guillermo Rodríguez Díaz (*HuffingtonPost*) habla de infinitos perfiles debido a las infinitas posibilidades que ofrece Internet porque, señala, el periodista ya no se limita a ser un redactor que escribe un texto y lo publica; en su medio enumera la presencia de periodistas de redes sociales, con un perfil enfocado más al contenido audiovisual, al análisis de datos, a la participación, y analítica; además, señala como necesario que un periodista *online* sepa manejar todos esos conceptos, pero siempre se requerirá periodistas especializados que complementen la pura publicación de artículos. Carmelo Jordá (*Libertad Digital*) cita la presencia de periodistas especializados en la integración del formato audiovisual en la información escrita y comenta también la existencia de periodistas capaces de "trabajar con naturalidad" –y a veces casi simultáneamente– con imágenes, sonidos y textos; e igualmente, señala la presencia de especialistas en redes sociales. Vicente Ferrer Molina (*El Español*) comenta que su medio está en continua evolución y apunta un perfil que en los últimos meses han apreciado su transformación: los periodistas que gestionan las redes sociales; explica que con el auge de *Facebook Live*, los *community manager* de su medio se han convertido, prácticamente, en presentadores de televisión y pasan de estar detrás de la pantalla, a estar delante y a hacer entrevistas y probar nuevos formatos.

En definitiva, de estas respuestas se extrae que el perfil más coincidente entre los entrevistados es el de periodista especialista en redes sociales, al que se unirían perfiles emergentes diferentes que demandan en cada medio: en *El Confidencial* destacan la presencia del periodista especialista en Seo y buscadores; en *HuffingtonPost* se encuentra también el periodista especialista en vídeos, el especializado en análisis de datos, el perfil implicado en participación y el periodista de analítica; en *Libertad Digital* se cuenta con periodistas especializados en el soporte audiovisual y los que trabajan con imagen sonidos y textos; en *El Español* se destaca y apuesta por una nueva figura de *community manager* que implica la realización y presentación de vídeos en directo.

4.4. Demanda de polivalencia en los medios

La cuarta categoría extraída de la batería de preguntas se refiere a la importancia de la figura del periodista polivalente. La introducción de la convergencia provoca una serie de cambios en las prácticas periodísticas y la más importante es la polivalencia. Esta figura se entiende como el desempeño por parte de un mismo periodista de las destrezas necesarias para elaborar noticias en varios soportes (Salaverría y García-Avilés, 2008).

Daniel Arjona Rubio (*El Confidencial*) comenta que los periodistas siempre se vanaglorian de ser "polivalentes" y "multitarea" y actualmente se debe ejercer como tal. Guillermo Rodríguez Díaz (*HuffingtonPost*) considera que el periodista que

se limita a escribir y publicar un texto, sin más, tiene los días contados; se refiere a la polivalencia como "el redactor de 2017 que deberá manejar vídeos, audios, herramientas digitales, redes sociales, datos, etc"; además, comenta que cada historia requiere de una narrativa específica donde la infografía resulta vital para aportar más valor. Carmelo Jordá (*Libertad Digital*) destaca su gusto por el término "polivalente" frente al de "trabajador multitarea" porque considera que se ajusta más a la realidad. Vicente Ferrer Molina (*El Español*) defiende la presencia de dos figuras: periodista "polivalente" y "trabajador multimedia" tanto a nivel técnico como formativo, una diferencia que justifica en el hecho de que manejar conocimientos de varias disciplinas proporcionará al periodista más oportunidades y "si es capaz de entender una cuenta de resultados y un ensayo filosófico, será preferible a que sólo tenga una formación económica".

En este sentido, todos los entrevistados consideran imprescindible la demanda de polivalencia a sus ciberperiodistas a los que denominan "polivalente", "redactor 2017" y periodista "multitarea", con manejo de diversos conocimientos y formatos a la vez: vídeos, audios, herramientas digitales, fotografía y una formación general.

4.5. Formación de los graduados en Periodismo

Los responsables de medios web aportan también su visión acerca de la formación que detectan en los egresados en Periodismo y que llegan a sus redacciones en busca de trabajo o en período de prácticas. ¿Cuentan con la formación adecuada al nuevo entorno?

Daniel Arjona Rubio (*El Confidencial*) manifiesta claramente que la formación en el Grado de Periodismo "resulta francamente inadecuada" y considera que los estudios de Periodismo actuales "dejan mucho que desear" porque están "a años luz de la actividad real de los medios de comunicación en red de hoy"; y añade que, en su opinión, un día en una redacción digital vale por toda una Licenciatura de Periodismo. Guillermo Rodríguez Díaz (*HuffingtonPost*) tampoco percibe como adecuada la formación del Grado en Periodismo porque detecta que los estudiantes llegan a las redacciones con escasos conocimientos de actualidad y muy pocos de Internet, "más allá de *Facebook* e *Instagram* y, en casos contados, *Twitter*"; por ello, comparte la sensación que se tiene desde la redacción de que "llegan con teoría y sin práctica, lo que no aporta utilidad en un entorno puramente digital". Carmelo Jordá (*Libertad Digital*) habla de una formación de los graduados "siempre extraordinariamente deficiente y, a pesar de los cambios en la profesión, esta situación continúa". Y considera incluso el nivel más deficiente por las carencias teóricas y prácticas, y porque se fomenta una imagen irreal de la profesión y del mercado de trabajo, aún con excepciones. Vicente Ferrer Molina (*El Español*) sostiene que la formación es correcta a nivel teórico y técnico pero que se echa en falta una mayor experiencia, por

lo que reclama que "las universidades deberían imbricarse más con las redacciones porque de poco vale saber manejar muy bien una cámara si no se sabe cuál es el momento preciso en el que hay que disparar".

En definitiva, la percepción que los responsables de medios web tienen de la formación de los nuevos periodistas resulta negativa en todos los casos. En general, la consideran insuficiente y alejada de la realidad práctica de las redacciones multimedia y digitales.

Como resultado final, se recoge una comparativa de las respuestas de participantes en la que se reflejan los aspectos más relevantes señalados en cada categoría de estudio. Esta compilación permite sistematizar mejor el análisis de los resultados y posteriores conclusiones (Tabla 5).

5. Conclusiones

El análisis expuesto permite verificar la hipótesis principal de esta investigación de manera que se corroborara que los medios nativos digitales son el reflejo de una nueva sociología del ciberperiodista (García y Barranquero, 2014) al que reclaman nuevas competencias, con la incorporación de perfiles polivalentes junto a roles especializados y con una formación específica. El cuestionario remitido a responsables de medios web españoles muestra el asentamiento de la figura del periodista "polivalente" en los cibermedios capaz de desempeñar destrezas para realizar noticias en varios soportes. Al mismo tiempo, estos medios reclaman periodistas más experimentados en el entorno web y de redes sociales en las que centran la principal demanda de perfiles emergentes.

Cibermedio	<i>El Confidencial</i>	<i>HuffingtonPost</i>	<i>Libertad Digital</i>	<i>El Español</i>
Periodista	Daniel Arjona Rubio	Guillermo Rodríguez Díaz	Carmelo Jordá	Vicente Ferrer Molina
Cargo	Redactor jefe de Cultura	Subdirector	Redactor jefe/editor.	Subdirector
Formación multimedia específica	Formación en periodismo multimedia a través de la propia experiencia.	La autoformación: investigar, fallar y acertar.	Autoformación digital.	Sin formación multimedia específica. Adaptación al ecosistema digital.
Competencias que atribuyen al ciberperiodista	1. La rapidez. 2. Aportar un enfoque único.	1. Redacción. 2. Capacidad de comunicación. 3. Dominio de Internet.	1. Entender virtudes y defectos del periodismo en internet. 2. Manejar nuevos formatos informativos para el trabajo escrito y audiovisual.	1. Narración en cualquier lenguaje. 2. Manejo de redes sociales. 3. Manejo de vídeos. 4. Espíritu crítico.
Perfiles periodísticos emergentes en su medio	1. Periodista experto en redes sociales. 2. Periodista especialista en Seo y buscadores. 3. Periodista atrevido con una nueva perspectiva.	1. Periodistas en redes sociales. 2. Periodista de vídeos. 3. Periodista de análisis de datos. 4. Periodista de participación. 5. Periodista de analítica web.	1. Periodistas especializados en integrar soporte audiovisual en la información escrita. 2. Periodistas que trabajan con imagen, sonidos y textos. 3. Periodistas especialistas en redes sociales.	1. Periodista experto en redes sociales. 2. Community manager – con dominio de la imagen (presentadores audiovisuales en redes).
Tipo de polivalencia demandada	Periodistas "polivalentes" y "multitarea".	"Redactor 2017": 1. Manejo de vídeos, audios, herramientas digitales, redes, datos. 2. Más valor que información.	Periodista "polivalente".	Periodistas "polivalentes" y "multitarea": Fotógrafo Conocimientos en varias disciplinas Ensayo filosófico Sin formación especializada.
Formación de los graduados en periodismo	Formación inadecuada. Estudios de Periodismo insuficientes. Más práctica necesaria.	Formación inadecuada. Escasos conocimientos de actualidad e internet (salvo redes sociales). Falta de práctica Clases no adaptadas al entorno digital.	Formación muy deficiente (ahora más con el cambio de la profesión). Carencias teóricas y prácticas. Sin imagen real de la profesión y el mercado.	Formación correcta a nivel teórico y técnico Falta de experiencia. Se necesitan universidades más implicadas con las redacciones.

Tabla 5. Demandas profesionales y formativas de medios digitales a los ciberperiodistas. Fuente: Elaboración propia.

Atendiendo a las cinco categorías de estudio y a los cuatro medios analizados se obtienen unas conclusiones concretas, comparables con las reflejadas por el ámbito académico.

El estudio constata que los ciberperiodistas entrevistados no cuentan con una formación multimedia específica, a pesar de sus altos cargos en los medios nativos digitales.

Los cuatro periodistas coinciden en que la formación en periodismo multimedia viene dada por la experiencia, la dedicación de tiempo y los propios esfuerzos por aprender ante el reto de moverse en un ecosistema distinto. Esta formación no especializada se explica, en parte, porque muchos de los responsables de los medios nativos son herederos de la práctica y formación recibida en medios tradicionales ajustándose, así, al concepto de 'periodista reinventado' (Ulrika, 2017).

En cuanto a las competencias que esperan del ciberperiodista, los encuestados coinciden en la necesidad del dominio de internet y la redacción en este nuevo formato. Las nuevas tecnologías obligan al profesional a adaptarse y a tener competencias específicas, aunque cada periodista entiende unas habilidades concretas en este sentido ya que unos consideran imprescindible el manejo de redes sociales y otros destacan el control de nuevos formatos informativos.

Respecto a los perfiles profesionales, la investigación evidencia que en estas cuatro redacciones aparecen diferentes perfiles por lo que no existe una unificación en este aspecto, a pesar de la coincidencia en la incorporación del especialista en redes sociales en todos los cibermedios. En este sentido, cada uno menciona perfiles concretos pero diferenciados entre sí que merecen señalarse: *El Confidencial* añade el periodista especialista en SEO y buscadores. En *HuffingtonPost* se encuentra también el periodista especialista en vídeos, el especializado en análisis de datos, el perfil implicado en participación y el periodista de analítica. En *Libertad Digital* destacan la presencia de periodistas especializados en el soporte audiovisual y los que trabajan con imagen, sonidos y textos. En *El Español* se presenta una nueva figura de *community manager* que se ha transformado en presentadores de televisión debido al auge de *Facebook Live*.

Por otro lado, la demanda de polivalencia impera en todos los medios con diferentes términos de periodista "polivalente", "redactor 2017" y periodista "multitarea". Consideran que el ciberperiodista debe adquirir mayor variedad de conocimientos de los que destacan el manejo de vídeos, audios, herramientas digitales, fotografía y la importancia de una formación general y no específica en un ámbito concreto. Se confirma así, la visión del ámbito académico expuesta en el marco teórico, en el sentido de que la figura predominante en los nuevos medios es la del periodista tradicional convertido en un periodista multimedia y polivalente con las destrezas necesarias para elaborar noticias en varios soportes (Salaverría y García-Avilés, 2008; Scolari, et al. 2008).

Por último, los responsables de medios nativos digitales destacan que la formación en el Grado de Periodismo resulta inadecuada, insuficiente y deficiente ante el nuevo ecosistema. Quienes la consideran correcta a nivel teórico y técnico señalan la falta de experiencia práctica, una carencia en la que coinciden todos. Sus respuestas remarcan la realidad alejada entre la universidad y las redacciones. Una idea que también se refleja en los estudios académicos más críticos con la adaptación formativa de los periodistas en el entorno multimedia que consideran tímida y lenta en el caso de la universidad española (Salaverría, 2011; Díaz Noci, 2007; Tejedor, 2008) y que está estrechamente relacionada con la necesidad de adaptar las aulas a los perfiles profesionales emergentes.

Esta investigación concluye con ciertas limitaciones como el hecho de ofrecer una muestra reducida de cuatro cibermedios españoles. Pero se consideran igualmente de interés los resultados porque permiten poner el foco y la atención académica en aspectos básicos del debate formativo y de los nuevos perfiles profesionales comunicativos. Parece necesario ahondar en la demanda profesional y en la adecuación de la formación de los periodistas al entorno digital sin restar por ello rigor y equipamiento intelectual para ejercer un periodismo multimedia con criterio. El análisis de estas demandas que lanzan los responsables de cibermedios españoles puede ayudar a readaptar eficazmente el andamiaje educativo en las facultades de Periodismo, logrando estrechar lazos entre el aula y la redacción, entre la formación y la praxis.

Referencias

- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, ANECA (2005). Libro Blanco Títulos de Grado en Comunicación. Madrid: ANECA.
- Aparicio, A., Palacios, W. D., Martínez, A. M., Angel, I., Verdusco, C., y Retana, E. (2008). *El cuestionario: métodos de investigación avanzada*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de: [https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Cuestionario_\(trab\).pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Cuestionario_(trab).pdf)
- Armañanzas, E. (2012). Docencia del ciberperiodismo: estrategias para una simulación eficaz. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 77-85.
- Barrios, A., y Zambrano, W. R. (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 13(26), 221-240.
- Berrocal, S., Campos-Domínguez, E., y Redondo, M. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política el «politainment» en YouTube. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana De Comunicación y Educación*, (43), 65-72.
- Deuze, M., y Dimoudi, CH. (2002). Online journalists in the Netherlands Towards a profile of a new profession. *Journalism*, 3(1), 85-100. doi: 10.1177/146488490200300103
- Deuze, Mark (2009). Media industries, work and life. *European journal of communication*, 24 (4), 467-480. doi:10.1177/0267323109345523
- Díaz Noci, J. (2008). Definición teórica de las características del ciber-

- periodismo: elementos de la comunicación digital. *Doxa Comunicación*, (6), 53-91.
- Flores Vivar, J.M. (2017). *Los elementos del ciberperiodismo*. Madrid: Síntesis.
- Flores Vivar, J.M., y Arruiti, A. M. (2001). *Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones en el mundo digital*. Madrid: Limusa.
- García J.V., y Barranquero, A. (2014). La formación universitaria en periodismo. ¿Mera capacitación tecnológica o una formación integral en el nuevo ecosistema informativo?. *Historia y Comunicación Social*, 19(Especial Enero), 641-651.
- Gómez-Calderón, B., Roses, S., y García-Borrego, M. (2017). Los nuevos perfiles profesionales del periodista desde la perspectiva académica española. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1), 191-200. doi: 10.14198/MEDCOM2017.8.1.14
- Jaraba, G. (2006). *Cualidades y formación del ciberperiodista*. Barcelona: Gabriel Jaraba. Recuperado de: http://gabrieljaraba.typepad.com/gabriel_jaraba_periodista/2006/01/cualidades_y_fo.html
- Larrondo, A. (2009). La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo. *Comunicación & Sociedad*, 22(2), 59-88.
- López, X. (2008). *Ciberperiodismo en la proximidad*. Sevilla: Comunicación Social.
- López, X., Gago, M., Toural, C., y Limia, M. (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, 55-63.
- Martínez Ruíz, A., y Sauleda Parés, N. (2007). *Terminología relativa al espacio europeo de educación superior*. Alicante: Universidad de Alicante. Ed. Marfil, S.A.
- Mellado, C., Simón, J., Barría, S., y Enríquez, J. (2007). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente. *Zer*, (23), 139-164.
- Meso, K. (2006). *Introducción al ciberperiodismo: breve acercamiento al estudio del periodismo en Internet*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Meso, K., Díaz, J., Larrondo, A., Salaverría, R., y Sadaba, M.R. (2010). Presencia y uso de internet en las redacciones de los diarios vascos y navarros, *Mediatika*, (12), 301-319.
- Palacios, M., y Díaz Noci, J. (2009). *Métodos de investigación*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Parra Valcarce, D., y Álvarez Marcos, J. (2004). *Ciberperiodismo*. Madrid: Síntesis.
- Paterson, Ch., y Domingo, D. (2008). *Making online news: The ethnography of new media production*. New York: Peter Lang,
- Salaverría, R. (2000). *Criterios para la formación de periodistas en la era digital. Ponencia en el I Congreso Nacional de Periodismo Digital*. Huesca. Recuperado de <http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/crite.htm>
- Salaverría R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Navarra: Ariel.
- Salaverría R. (2011): Online journalism meets the university: ideas for teaching and research. *Brazilian Journalism Research*, 7(11), 137-152.
- Salaverría R. (2012): Extrema turbulencia en los medios en 2011. *Anuario ThinkEPI*, (6), 161-165.
- Salaverría, R., y García-Avilés, J. A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, (23), 31-47.
- Sánchez-García, P. (2013). Retos en la formación de los periodistas españoles: convergencia europea, capacitación tecnológica y formación permanente. *Comunicación y Medios*, (28), 40-60.
- Sánchez-García, P., Campos-Domínguez, E., y Berrocal Gonzalo, S. (2015). Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 187-208.
- Sánchez-García, P., y Campos-Domínguez, E. (2016). La formación de los periodistas en nuevas tecnologías antes y después del EEE5: El caso español. *Trípodos*, (38), 161-179.
- Scolari, C. A., Mico, J. L., Navarro, H., y Pardo, H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. *Revista Zer*, 13(25), 37-60.
- Soler-Adillon, J., Sora, C., Freixa, P., y Ribas, J.I. (2016). Perfil del profesional de la comunicación interactiva: fundamentos, actualidad y perspectivas. *El profesional de la información*, 25(2), 196-208.
- Tejedor, S. (2008). Ciberperiodismo y universidad: diagnósticos y retos de la enseñanza del periodismo online. *Anàlisi*, 35, 25-39.
- Torzuko (2010). *Nuevos perfiles profesionales 2.0*. Recuperado de: <http://torzuko.wordpress.com/2010/08/18/nuevos-perfiles-profesionales-2-0>
- Ulrika Olausson (2017). The Reinvented Journalist. The discursive construction of professional identity on Twitter. *Digital Journalism*, 5(1), 61-81.

CV

Lidia Caminero Fernández. Graduada en Periodismo en la Universidad de Valladolid. Investigadora en la corriente del periodismo digital y las nuevas redacciones multimedia, autora del Trabajo de Fin de Grado titulado "El desarrollo de las competencias y perfiles del ciberperiodista: del aula a la redacción" con una calificación de Sobresaliente. Su investigación se centra en la formación periodística y las nuevas rutinas y perfiles profesionales.

Pilar Sánchez-García. Doctora por la Universidad de Valladolid donde es profesora de Ciberperiodismo y Periodismo de Opinión. Miembro del Grupo de Investigación Reconocido "Nuevas Tendencias en Comunicación, NUTECO", sus publicaciones y estudios se centran en el análisis de la enseñanza del Periodismo y la adaptación profesional al nuevo hábitat comunicativo, especialmente en nuevos perfiles profesionales y nuevas narrativas multimedia. En la actualidad es IP del "Proyecto de Investigación aplicada en narrativa periodística multimedia" y es vicepresidente del Grupo de Trabajo Temporal *Journalism and Communication Education* de la Asociación ECREA (*European Communication Research and Education Association*). Ha ejercido el Periodismo durante 15 años en diversos medios.



Observatorio de Cibermedios

<https://observatoriocibermedios.upf.edu/>



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

Departamento
de Comunicación
Grupo DigiDoc



El **Observatorio de Cibermedios** es una producción del *Grupo de Investigación en Documentación Digital y Comunicación Interactiva* (DigiDoc) del **Departamento de Comunicación** de la **Universitat Pompeu Fabra**.

El Observatorio de Cibermedios (OCM) forma parte del proyecto del Plan Nacional "*Creación y contenido interactivo en la comunicación de información audiovisual: audiencias, diseño, sistemas y formatos*". CSO2015-64955-C4-2-R (MINECO/FEDER), Ministerio de Economía y Competitividad (España).



INFORMES DIGIDOC/ EPI

http://www.elprofesionaldelainformacion.com/informes_digidoc_epi.html



Universitat
Pompeu Fabra
Barcelona

Departamento
de Comunicación
Grupo DigiDoc

El profesional de la
información