

APROXIMACIÓN AL PERFIL DEL PERIODISTA EN LA POSTMODERNIDAD

María Arroyo Cabello¹

Resumen

En la postmodernidad se han producido cambios sustanciales en el periodismo como consecuencia de la irrupción de las nuevas tecnologías, los efectos de la competencia y la aparición de nuevas fórmulas de negocio, que están afectando a la profesión, hasta el punto que el periodista del siglo XXI se ve abocado a desarrollar otras funciones para las que necesita una preparación específica y permanente.

El objeto de este artículo es analizar los factores que han modificado el rol del periodista y describir el nuevo perfil en la era digital a partir del Informe Anual de la Profesión Periodística 2010 y trabajos de expertos.

Creemos que el periodista del futuro, además de ser un profesional versátil, multimedia, hábil con las nuevas tecnologías, especializado y con aptitudes para trabajar en equipo; precisa fundamentos periodísticos y deontológicos para hacer valer sus derechos ante las empresas y su compromiso con la opinión pública.

Palabras clave

Periodistas, nuevos perfiles, era digital, fundamentos profesionales, formación, Universidad.

Abstract

Postmodernity has witnessed substantial changes in journalism as a consequence of the arrival of the new technologies, the effects of competition and the appearance of new business formulas that are affecting the profession to the extent that the journalist of the XXI century is driven to develop other functions for which specific and continuous preparation is required.

The aim of this article is to analyse the factors that have changed the role of the journalist and to describe the new profile in the digital age. The starting point is the Inform "2010 Annual Report an Professional Journalism" and works by experts.

We believe that besides being a versatile, multimedia professional, versed in new technologies and a specialist with the ability to work in a team, the journalistic of the future also requires journalistic and deontological foundation to give weight to his rights before businesses and to his commitment with public opinion.

Keywords

Journalistic, new profile, digital age, professional, training, University.

Introducción

A nadie se le oculta que estamos asistiendo a una doble revolución tecnológica y económica que ha transformado el periodismo, por lo menos en el modo como lo concebíamos antes, cuando existía una clara distinción de funciones dentro de las empresas periodísticas y, sobre todo, entre el emisor y el receptor. Varios autores han visto en estos cambios y en el deterioro de la práctica profesional una amenaza de supervivencia de los elementos esenciales del periodismo y, por eso mismo, desde los años ochenta vienen alertando de la “crisis de identidad del periodista” (Soria, 1989), del “ocaso del periodismo” (Matínez Albertos, 1997), del “periodismo herido” (De Pablos, 2001) o del “periodismo en la telaraña” (Reig, 2007). Hoy seguimos buscando una redefinición de la profesión ante la constatación de “la débil identidad del periodismo en la hipermodernidad” (Dader, 2010). En el fondo, ¿qué está pasando para que en la denominada Sociedad de la Información, paradójicamente, se esté cuestionando el periodismo?

Es cierto que, en la actualidad, el periodista se enfrenta a una serie de factores externos, como el avance tecnológico, la competencia y nuevas fórmulas de negocio, que han supuesto cambios sustanciales para la profesión; sin embargo, en mi opinión, estos factores no constituyen un peligro porque el periodismo ha ido incorporando técnicas nuevas a lo largo de su historia. Y es que el periodismo pertenece a la sociedad y, por tanto, evoluciona al mismo tiempo que ella, eso sí, sin perder la esencia, en viejos y nuevos soportes, con viejas y renovadas técnicas y con viejos y nuevos desafíos (López, 2010, p.145).

Algunos autores, como José Luís Dader (2010, p.72), piensan que la indefinición del periodismo no depende tanto de estos factores secundarios cuanto más bien del olvido de los fundamentos profesionales y éticos. Y seguramente es ahí donde se halla la respuesta a la crisis del periodismo.

1. Un ciberperiodista con principios periodísticos

Internet ha modificado el trabajo de los periodistas desde el momento en el que se introdujo la tecnología digital en las redacciones. A partir de entonces, los profesionales han tenido que reciclarse, aprender a trabajar con las herramientas 2.0 y a optimizar

todas las posibilidades que estas ofrecen en el acceso, elaboración y difusión de la información.

En consecuencia, el perfil profesional no puede ser el mismo que el de hace diez años. Algunas figuras profesionales, o bien han desaparecido, o han sido asumidas por otras y, sobre todo, han surgido con nuevos perfiles (Scolari; Micó; Navarro; Pardo, 2008, p.13). De tal modo que podemos decir que el periodista del futuro es un ciberperiodista: un profesional que trabaja en un contexto digital, donde la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad definen la producción de informaciones. Un experto en el manejo de las nuevas herramientas y en los lenguajes propios de los cibermedios.

Ahora bien, esto no quiere decir que el periodista del siglo XXI se ha de convertir en un técnico. Por el contrario, como señala Salaverría (2000, p.2), si consideramos que los recursos digitales forman parte connatural de la práctica periodística, no podemos separar los conocimientos técnicos de los demás ámbitos del ejercicio periodístico.

Al margen de los soportes, la función del periodista –como no puede ser de otra manera– es la de siempre: interpretar la realidad social y construir una buena historia con arreglo a los elementos genuinos del periodismo. Ese “código no escrito de principios y valores que configuran la actividad informativa”, como lo definieran en su día Kovach y Rosentiel (2003, p.52). En este sentido, no está de más recordar que el periodista actúa como garante de contenidos veraces verificados, contrastados, contextualizados y contruidos de acuerdo con la preceptiva periodística, ya sea en los medios tradicionales o en los medios online.

Desde que existe Internet el problema no radica en encontrar la información, sino en distinguir lo significativo de lo irrelevante. Necesitamos, por tanto, periodistas preparados para enfrentarse a la superabundancia de información con criterio profesional y suficiente agilidad para actuar en procesos de elaboración informativa cada vez más rápidos.

Por otra parte, el sistema mediático se ha ampliado en los últimos años con la participación de los ciudadanos en el proceso comunicativo, de tal forma que los internautas son capaces de producir contenidos que aparecen luego en los cibermedios.

Ahora bien, contra lo que pueda pensarse, esta posibilidad no anula el rol del periodista. De acuerdo con Edo (2009, p.11), no hemos de confundir la aportación ciudadana valiosa, útil y muchas veces inestimable, con el periodismo profesional. Tampoco debemos olvidar que el papel del periodista es fundamental en una sociedad democrática, plural y libre (López, 2010, p.51).

Obviamente, el periodismo ciudadano no va a hacer desaparecer al periodista, pero sí que va a modificar el cometido de los profesionales. A partir de ahora el periodista será algo más que un intermediario entre los medios y el público, ha de valorar, interpretar y seleccionar los comentarios y otras aportaciones ciudadanas en texto, video o foto; habrá de detectar lo que tiene interés para la audiencia de su medio y, en definitiva, gestionar la información generada por el público. Así pues, hoy más que nunca la figura del periodista es clave para garantizar la calidad del producto.

2. Un periodista versátil pero no un periodista-orquesta

El periodista del futuro no podrá vivir de espaldas al nuevo paradigma empresarial, que afronta la pérdida de audiencia, los efectos de la competencia y un menor margen de beneficios con el abaratamiento de los costes, la creación de nuevos formatos y la necesidad de unificar la producción para diferentes pantallas. Desde estos planteamientos se entiende que las empresas periodísticas demanden un profesional versátil capaz de desarrollar con competencia diferentes tareas; en resumen, un profesional multimedia apto para tratar la información en distintos soportes. Pero también un profesional creativo que, frente a la fuerte competencia de programas agresivos y de infoentretenimiento, presente una programación atractiva con informativos dinámicos y bien documentados.

Por lo demás, en un escenario mediático cada día más personalizado, que produce ofertas a la carta para satisfacer la progresiva segmentación de las audiencias, se requieren periodistas especializados que dominen áreas temáticas específicas. No en vano una de las características de la actual Sociedad de la Información es la creciente especialización, tanto en medios como en contenidos y en profesionales; por lo mismo, se puede aventurar que el futuro del periodismo pasa por medios cada vez menos generalistas y más especializados, dirigidos a públicos muy concretos.

Sin embargo, nada más lejos de esto que un periodista-orquesta abocado a integrar múltiples tareas para amortizar diversas especializaciones. El nuevo profesional de la información está llamado a combinar el conocimiento de una materia y la creatividad individual con el trabajo en equipo, a fin de que el producto tenga coherencia y calidad. La tendencia de la práctica profesional apunta en esta dirección: la consolidación de equipos, no sólo en campos como la organización, planificación o edición, sino también en infografía, fotoperiodismo, etc.

En resumen, el periodista del futuro ha de ser un profesional versátil, multimedia, hábil con las nuevas tecnologías, especializado, con aptitudes para trabajar en equipo y más dialogante. Naturalmente, un periodista con estas características precisa, en primer lugar, de una sólida formación y, después, de una actualización permanente.

3. Un experto en contenidos con un compromiso ético

De todo lo expuesto cabe deducir que la tarea del periodista hoy no es fácil. La rapidez con la que se producen las noticias y su difusión en tiempo real, la sociedad global, objeto de su trabajo, y la función social que desempeña exigen unas cualidades intelectuales y morales y unos conocimientos de distinta índole que requieren un aprendizaje específico y un reciclaje continuo.

En definitiva, se precisa una preparación distinta de la que hasta ahora han recibido porque ya no es suficiente saber manejar la tecnología digital; ahora se necesita comprender sus principios científicos para producir contenidos específicos de los medios online.

Igualmente, el periodista del siglo XXI necesita de una formación no sólo en nuevas tecnologías, sino también en Humanidades y Ciencias Sociales para asimilar la complejidad de la sociedad actual. Como señala Galdón (1999, p.46), la formación de los periodistas tiene un importante componente de saberes humanísticos, que han de estudiarse teniendo en cuenta el fin específico del periodismo, pero también una enseñanza práctica reflexiva y artística.

En este aspecto, algo se ha avanzado en las últimas décadas. La formación de los periodistas ha pasado de ofrecer conocimientos de carácter profesional o del oficio -

valiosos e imprescindibles- a impartir una enseñanza más amplia sobre la naturaleza de los procesos comunicativos, sus repercusiones e implicaciones sociales y sobre los contextos sociales en los que ésta se inserta (Murciano; Real; Del Río; Sabés, 2005, p.128). Una formación que faculta expertos en contenidos, más cualificados, con un nivel cultural adecuado, llamados a la excelencia académica y profesional.

Sin embargo, no basta con un bagaje teórico sobre los fundamentos del periodismo y las materias afines, es fundamental, asimismo, que los periodistas adquieran conocimientos deontológicos que les muestren su compromiso con la opinión pública, así como sus derechos para poder hacer frente a las exigencias empresariales.

La importante función social que el periodista desempeña hace imprescindible que reciba una educación apropiada, tanto en su faceta profesional como en sus dimensiones académica e intelectual (Murciano; Real; Del Río; Sabés, 2005, p.117). A esto Galdón (1999, p.20) añade la dimensión ética, ya que se trata de una de las profesiones que, dependiendo de como se ejerza, puede hacer un bien o un daño mayor a los ciudadanos.

En esta encrucijada del periodismo, conviene recordar a los profesionales de la información que las decisiones sobre principios informativos de honestidad, veracidad, independencia o de interés público son asuntos de su competencia y responsabilidad suya. Y para tener credibilidad hay que mostrar independencia del poder político y económico, fidelidad a la audiencia y no claudicar ante intereses comerciales.

4. Un profesional en formación permanente

Evidentemente, la formación de profesionales con estas señas de identidad corresponde a la Universidad, porque sólo las facultades de Comunicación son capaces de aportar personas con criterios profesionales y deontológicos que ayuden al usuario a distinguir la información de calidad de la información “basura”. El periodista es esencial en cualquier circunstancia y en cualquier época, al margen de la tecnología, con independencia de instrumentos y formalidades, y este profesional es el que la Universidad tiene la responsabilidad de perfilar (De Aguinaga, 2002, p.170).

Como han expuesto personas con experiencia en el ámbito de la enseñanza del Periodismo en España (López, Galdón, Murciano entre otros), la Periodística debe ser

de educación superior y mejor específica desde el primer año, para evitar que se reduzca a mera técnica al servicio de intereses empresariales o de poder.

Dicho lo cual, la Universidad y la comunidad científica tienen que acometer la puesta al día de unas titulaciones que necesariamente han de adaptarse a los cambios sociales y reconducir el quehacer informativo hacia prácticas honorables acordes con la función social del periodismo.

Desde hace dos décadas la Universidad viene promoviendo iniciativas encaminadas a la adaptación de las titulaciones de Comunicación a los nuevos perfiles profesionales, que, según Salaverría (2000, p.3), no podrán centrarse, como hasta, ahora en la creación de contenidos sino, cada vez más, en la gestión de la información. En este sentido, en los últimos años, se han incluido en los planes de estudios materias relativas al periodismo en Internet y a las habilidades multimedia, pero queda mucho por hacer en el campo de la producción y la gestión.

Las nuevas titulaciones del Grado de Periodismo han puesto el acento en cuatro perfiles profesionales: redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte, redactor/a de prensa o comunicación institucional, investigador/a, docente y consultor de comunicación y gestor de portales y editor de contenidos (Murciano; Real; Del Río; Sabés, 2005, p.132).

No obstante, las reformas de los planes de estudio tendrán que seguir incorporando nuevas asignaturas, nuevos contenidos transversales y nuevas especialidades para así responder a los retos de la profesión en la postmodernidad. Esto es lo que se viene haciendo en la mayoría de los centros de enseñanza de Comunicación de Brasil, España y Portugal, donde se ha aproximado a la realidad la formación de los alumnos reforzando la presencia de contenidos específicos de Comunicación, tanto teóricos como prácticos (López, 2009, pp.303-304).

Los tres países han asumido las posibles modificaciones de unos planes de estudios, que estarán sometidos a futuras y previsibles actualizaciones, donde las materias fundamentales y obligatorias gozarán de mayor estabilidad, mientras que las optativas

dependerán de los cambios de la tecnología y de la especialización en temas y productos (López, 2009, p.308).

En consecuencia, el aprendizaje del periodista no termina con la obtención del título, ni basta haber cursado una carrera y disponer de un buen currículum, sino que la preparación dura toda la vida y requiere una puesta al día a través de cursos de especialización, Master, jornadas para periodistas... En este sentido, la Universidad, Colegios de Periodistas, Asociaciones de la Prensa y otras entidades vienen organizando actividades cuya finalidad es el reciclaje, tanto de profesionales en el ejercicio del periodismo como de alumnos que han terminado sus estudios y buscan una especialización. En este punto cabe señalar que sólo una cuarta parte de los periodistas afirman haber recibido algún tipo de enseñanza complementaria en los últimos diez años (Informe Anual de la Profesión Periodística 2005).

Sin embargo, la sociedad digital y las exigencias del mercado obligan a la revisión de los conocimientos adquiridos y a la adecuación a los cambios que producen la innovación tecnológica, la globalización y las nuevas fórmulas de negocio. En este punto, los postgrados deberán hacer un esfuerzo y ofertar progresivamente programas flexibles que se adapten a la demanda de los medios con perfiles, cada vez, más profesionales.

Por otra parte, la innovación permanente afecta también a la formación de formadores que, como indica López (2002, p.6), deberán poner al día su saber y método docente para dominar los contenidos emergentes y las nuevas técnicas pedagógicas. Porque no sólo se han producido transformaciones en la esfera de la comunicación, también la metodología en la enseñanza superior ha evolucionado en los últimos años coincidiendo con el avance tecnológico y pedagógico.

Internet ha introducido como recurso didáctico en el aula la aplicación de las herramientas 2.0, instrumento decisivo en las clases no presenciales, cuya enseñanza se imparte a través del correo electrónico, el Chat y los foros. Y estas herramientas constituyen una práctica habitual en las Facultades de Comunicación, donde proliferan los Master online en muy variadas disciplinas, que van desde la Comunicación Política a la Investigación en Periodismo, por ejemplo.

A estos desafíos intenta responder la Unión Europea con una reforma educativa dentro del Espacio Europeo de Enseñanza Superior, donde se enmarca la declaración de Bolonia. Este documento ha impuesto un modelo de enseñanza que pretende mejorar el aprendizaje de los alumnos y facilitar su incorporación temprana al mercado laboral. Una reforma muy necesaria, pues según los resultados de una encuesta realizada a periodistas, en la que se preguntaba por su satisfacción con la formación recibida, la respuesta es desalentadora. La mayoría valora mal la enseñanza de Periodismo: el 51,1 por ciento de los periodistas entrevistados opinaban que las prácticas eran insuficientes, un 47,1 por ciento pensaba que la formación teórica era excesiva y un 8,1 por ciento creía que la enseñanza estaba alejada de la práctica profesional (Informe Anual de la Profesión Periodística 2005).

Esperemos que el Plan de Bolonia supla estas deficiencias, aunque –bien es cierto– supone todo un reto para la Universidad por las dificultades que comporta adaptar los planes de estudios a la evolución de la tecnología y a las necesidades empresariales en cada momento. No obstante, se trata de un proyecto ambicioso, que puede paliar la complicada situación por la que atraviesa la profesión en la segunda década del siglo XXI.

A modo de conclusión

La tecnología digital ha modificado el trabajo de los periodistas, que han tenido que familiarizarse con las herramientas 2.0 y aprovechar su uso en el acceso, elaboración y difusión de la información. Además, la interactividad permite la participación de los ciudadanos en el proceso comunicativo, lo que hace del periodista algo más que un intermediario entre medios y público; ahora tendrá que valorar, interpretar y seleccionar las aportaciones ciudadanas y gestionar los contenidos.

Por otra parte, el nuevo paradigma empresarial muy competitivo y con nuevas fórmulas de negocio demanda un profesional multimedia capaz de tratar la información en distintas pantallas para abaratar los costes.

Sin embargo, a pesar de los cambios, la función del periodista sigue siendo la misma: interpretar la realidad social y construir un buen relato de acuerdo con la preceptiva periodística, ya sea en los medios tradicionales o en los medios online.

En consecuencia, el periodista del siglo XXI necesita de una formación tecnológica y humanística permanente para trabajar en el nuevo escenario comunicativo y asimilar la complejidad de la sociedad actual.

Por último, la función social que el periodista desempeña requiere conocimientos periodísticos y deontológicos que sólo la Universidad puede garantizar por su independencia de intereses empresariales.

Referencias

Dader, J.L. (2010, octubre). La débil identidad del periodismo en la hipermodernidad. *Nueva Revista*, 128, 71-88. Disponible en: <http://nuevarevista.net/index.php/the-news/86>

De Aguinaga, E. (2002). El periodista en el umbral del siglo XXI, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 8, 157-170. Disponible en: http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm

De Pablos, J.M. (2001). *El periodismo herido*. Madrid, España: Foca.
Edo, C. (2009). *Periodismo informativo e interpretativo. El impacto de Internet en las noticias, las fuentes y los géneros*. Sevilla, España: Comunicación Social.

Encuesta sobre autoestima e identidad profesionales. Informe Anual de la Profesión Periodística 2005. Madrid, España: Asociación de la Prensa de Madrid, 27-42.

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

Kovach, B.; Roseentiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid, España: Santillana.

López, X. (2010). *La metamorfosis del periodismo*. Sevilla, España: Comunicación Social.

López, X. (2009). Tendencias en la formación de los periodistas en los ámbitos hispanos y lusófonos en el siglo XXI. *Estudios del Mensaje Periodístico*, 15, 295-313. Disponible en: www.ucm.es/info/emp/Numer_15/1-Indices.htm

López, X. (2002). Nuevos perfiles de los periodistas en la sociedad de la información. *Ámbitos*, (7-8), 1-9. Disponible en: www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/7-8/arti01.htm

Martínez Albertos, J.L. (2001). *El ocaso del periodismo*. Barcelona, España: CIMS.
Murciano, M.& Real, E.& Del Río, O.& Sabés, F. (2005). La formación de periodistas: hacia un nuevo modelo en el Espacio Europeo de Educación Superior. Informe Anual de la Profesión Periodística 2005. Madrid, España: Asociación de la Prensa de Madrid, 117-132.

Salaverría, R. (2000). Criterios para la formación de periodistas en la era digital. Huesca, España: Ponencia presentada en el I Congreso Nacional de Periodismo Digital. 1-4. Disponible en: www.unav.es/fcom/mmlab/investig/crit.htm

Scolari, G.A.& Micó, J.& Navarro, H.& Pardo.& H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. ZER, (13/25), 37-60. Disponible en: www.ehu.es/zer/zer25/zer-25-2-scolari.htm

Soria, C. (1989). *La crisis de identidad del periodista*. Barcelona, España: Mitre.

Reig, R. (2007). *El periodista en la telaraña*. Barcelona, España: Anthropos.

ⁱ Doctora en Ciencias de la Información (Periodismo) por la Universidad de Navarra (España), tiene la Acreditación por la ANECA como Profesor Contratado Doctor y es profesora de Historia del Periodismo en la Facultad de Comunicación de la Universidad Católica San Antonio de Murcia (España). Es miembro del Consejo de Redacción de la revista *Sphera Pública*, de la Asociación de Historiadores de la Comunicación (España), de la Sociedad Española de Periodística (SEP) y de la Junta Directiva del Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia (España). Ha publicado los libros: *El periodismo cultural en Murcia (1900-1932)*, Instituto de la Comunicación, Murcia (España), 1994 y *El artículo como arma política. La prensa y el declive de la Restauración (1905-1930)*, Port-Royal Ediciones, Granada (España), 2001. Ha coordinado y colaborado en el libro "*La prensa en la democracia (1982-2005)*", en *Los medios de comunicación en la democracia (1982-2005)*. *Prensa, radio, televisión. Internet y grupos de comunicación*, María Arroyo y Marta Roel (coord.), Fragua, Madrid (España), 2006. Y ha escrito diecisiete artículos en revistas especializadas y otros tantos capítulos de libros y participaciones en congresos de su especialidad. msarrojo@pdi.ucam.edu