



Universidad de Valladolid

CURSO 2016-2017

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**El desarrollo de las competencias y
perfiles del ciberperiodista:
del aula a la redacción.**

Alumna: Lidia Caminero Fernández

Tutora: Pilar Sánchez García

Convocatoria: Julio 2017

AGRADECIMIENTOS

A mi padre, que me ha permitido caminar en esta carrera y ha estado cinco metros más allá por si me tenía que ayudar a levantarme del suelo cuando corría demasiado.

Gracias por enseñarme tanto.

El desarrollo de las competencias y perfiles del ciberperiodista: del aula a la redacción

AUTORA

Lidia Caminero Fernández

TUTORA

Pilar Sánchez García

RESUMEN

La presente investigación nace con el objetivo de conocer la relación entre la enseñanza del Ciberperiodismo y las necesidades prácticas en los cibermedios. Esta nueva área del Periodismo tiene como espacio principal de desarrollo la plataforma de Internet (Díaz Noci, 2008) e implica una nueva figura periodística que empieza a invadir un nuevo tipo de redacción para elaborar noticias en este contexto: el ciberperiodista (Meso Ayerdi, 2006). Para ello, el estudio incluye una parte teórica y un apartado empírico con dos campos de estudio: a un análisis de contenido de diez guías docentes de asignaturas relacionadas con el Ciberperiodismo y a la técnica del cuestionario a responsables de la sección digital de cuatro medios nativos online españoles: *El Confidencial*, *Libertad Digital*, *Huffington Post* y *El Español*. La figura del ciberperiodista es el eje de esta investigación e interesa en primer lugar analizar sus competencias o habilidades tanto durante la docencia en el Grado de Periodismo como en una redacción digital; en segundo lugar, los nuevos perfiles presentes en el temario de las universidades españolas así como los asentados en los medios nativos online. Los resultados y conclusiones generales muestran la oferta heterogénea en el plan de estudios del Ciberperiodismo, el asentamiento de la figura del periodista "polivalente" en los cibermedios y la visión de los responsables de los medios que señalan deficiencias prácticas en la docencia del Grado de Periodismo y al mismo tiempo reconocen que su formación en medios digitales es autodidacta.

PALABRAS CLAVE

Ciberperiodismo, competencias, perfiles profesionales, formación, redacciones.

The development of the competencies and profiles of the cyberjournalist: from university to editorial office.

AUTHOR

Lidia Caminero Fernández

TUTOR

Pilar Sánchez García

ABSTRACT

This research has the target of understanding the connection between the teaching of Cyberjournalism and the practical needs in cybermedia. This new area of Journalism had developed alongside the development of the internet itself (Díaz Noci, 2008) and implicates a new star in journalism that has invaded the editorial office to make the news in a new way: the cyberjournalist (Meso Ayerdi, 2006). In the article, the study included a theoretical and empirical part with two fields of study. There was an analysis of ten teaching guides of subjects relating to cyberjournalism and the survey was responsible for four online Spanish periodicals: *El Confidencial*, *Libertad Digital*, *Huffington Post* y *El Español*. The star of cyberjournalism is the core concept of the research and the interest in the first places, the competencies or skills needed during the teaching of Journalism like digital drafting, and in second, the new profiles present in the syllabi of Spanish universities as well as the sensibilities of the native media online. The general results and conclusions show that the offer without limits in the syllabi of Cyberjournalism, the establishment of the star of “versatile” journalism in the cybermedia and the vision of the media that signals practical deficiencies in the training in the Journalism Program and at the same time they recognize that their training in digital media is self-taught.

KEYWORDS

Cyberjournalism, competencies, professional profiles, training, media.

Índice

Introducción.....	1
1.1. Justificación del tema.....	1
1.2. Objetivos y preguntas.....	3
1.3. Hipótesis.....	4
1.4. Metodología.....	4
1.5. Estructura.....	5
Capítulo 2. La nueva era de la comunicación: del Periodismo al Ciberperiodismo....	7
2.1. Definición y características.....	8
2.2. Inicios y evolución del Ciberperiodismo.....	10
2.2.1. La toma de contacto de los medios españoles con las tecnologías digitales...	11
2.2.2. El salto a la red de los primeros medios españoles.....	12
2.3. Los cibermedios como nueva iniciativa emprendedora: concepto y características.....	13
2.3.1. La primera década de los cibermedios españoles.....	14
2.3.2. La segunda década de los cibermedios (2004-2014).....	15
2.4. El desarrollo de los nuevos perfiles del ciberperiodista.....	17
2.4.1. Hacia un concepto de ciberperiodista.....	17
2.4.2. Nuevos roles y perfiles periodísticos.....	18
Capítulo 3. La enseñanza del Ciberperiodismo en las universidades españolas.....	24
3.1 La situación de la docencia del Ciberperiodismo: antes y después del Plan Bolonia.....	25
3.1.1. La enseñanza del Ciberperiodismo en la época de las licenciaturas.....	26
3.1.2. La enseñanza del Ciberperiodismo tras la adaptación al EEES.....	28
3.2. Retos y propuestas de mejoras de la enseñanza del Ciberperiodismo.....	31
3.3. Las competencias y habilidades en la formación del ciberperiodista.....	33
3.3.1. Hacia una definición de competencia.....	33
3.3.2 Las habilidades del periodista digital.....	34
Capítulo 4. Análisis empírico de las competencias y perfiles del ciberperiodista: análisis de guías docentes y cuestionario a ciberperiodistas.....	36
4.1. Metodología. Campo de estudio y muestra acotada.....	36
4.1.1. Primer campo de estudio: La enseñanza del Ciberperiodismo.....	36
4.1.2. Segundo campo de estudio: Periodismo en los cibermedios.....	40

4.2. Resultados del análisis de contenido de las guías docentes de las universidades analizadas.....	43
4.3. Resultados del cuestionario a cibermedios españoles.....	55
4.4. Análisis comparativo entre las guías docentes y la percepción de los ciberperiodistas.....	62
5. Conclusiones.....	65
6. Referencias bibliográficas.....	69
7. Anexos.....	73
8. Índice de tablas.....	88

1. Introducción

Siempre he considerado que tenía una fuerte vocación por el Periodismo pero esta inclinación ha tenido que convivir con un gusto por el mundo docente. Por ello, la presente investigación relaciona ambas disciplinas con un peso similar en la balanza de mis preferencias profesionales. Además, se suma el interés personal por la figura emergente del ciberperiodista, el desarrollo de sus competencias y de los perfiles que presenta en el mundo laboral. La enseñanza de la asignatura de Ciberperiodismo en los grados de Periodismo de España y cómo se transmiten estas aptitudes en las aulas, creó en mí una curiosidad incipiente por comprobar si los medios nativos online se han adaptado a esta figura polivalente. Como estudiante de Periodismo que se encuentra con el mundo laboral al finalizar este curso y ser una posible implicada en este proceso, deseo conocer si la enseñanza y la práctica van de la mano o si por el contrario la teoría inculcada resulta insuficiente para enfrentarse a una redacción de un medio nativo digital.

1.1. Justificación del tema

De todos los cambios producidos durante estos últimos años en el mercado periodístico español el más influyente ha sido sin lugar a dudas la emergencia del periodismo en Internet (Salaverría, 2008). En España el nacimiento de los bautizados como cibermedios surge desde mediados de los noventa y desde entonces fueron anidando en las redes como una nueva iniciativa de mercado emergente.

Este fenómeno produjo una creciente atención entre la comunidad universitaria y algunos profesores de Periodismo se adentraron en esta investigación. Algunos de los artículos que abrieron esta brecha académica en el estudio del Ciberperiodismo fueron los trabajos de Rodríguez de las Heras (1991), Martín Aguado (1993), Pérez-Luque y Fernández Arroyo (1995), Armañanzas et al. (1996), Pérez-Luque y Perea (1997), Díaz Noci y Meso Ayerdi (1997, 1999); Pérez-Luque (1998), Armentia et al. (1999, 2000). Este interés académico fue creciendo a medida que se consolidaba el fenómeno en los medios digitales. Así comenzaron las primeras asignaturas sobre Ciberperiodismo, disciplina que entronca en la era de la información y comunicación en la que vivimos inmersos (Salaverría, 2008).

En paralelo, en las redacciones periodísticas se vive el cambio con la inclusión de las nuevas tecnologías en los procesos de comunicación y nace la necesidad de redefinir las competencias y los roles periodísticos. En este contexto se transforma la figura tradicional del informador en un periodista multimedia. Estos cambios llegan a las redacciones y en consecuencia las rutinas de trabajo se adaptan. Estamos ante un proceso de transición y definición en el Periodismo y la Comunicación. En esta evolución de los cibermedios es claro que los perfiles cambian pero las funciones del periodista son las mismas: informar, interpretar e intermediar (Sánchez-García, P.; Campos-Domínguez, E. & Berrocal Gonzalo, S. 2015).

Esta investigación se considera de actualidad y de interés por la fase de transformación en la que se encuentra el currículo periodístico. La formación del periodista está cambiando también en las universidades ya que se prepara al futuro profesional con un nuevo plan formativo. Desde el aula se pretende formar a un periodista polivalente, un ciberperiodista capaz de responder a las nuevas demandas laborales fruto de la necesidad de la inmediatez de la noticia.

Los primeros resultados teóricos que se realizaron en España mostraron la lentitud de las facultades en la incorporación de las nuevas tecnologías en su oferta académica y algunos especialistas coinciden en la timidez y lentitud por parte de las universidades en la formación de esta realidad digital en sus planes de estudios (Salaverría, 2011; Díaz Noci, 2007; Tejedor, 2008). Sin embargo se comprueba que desde que en 1994 se da el primer paso y surge la primera asignatura sobre Periodismo e Internet en la Universidad de Navarra, poco a poco el resto de universidades fueron incorporando la enseñanza del llamado Ciberperiodismo.

El estudio que aquí se presenta pretende analizar el ajuste entre la docencia del Ciberperiodismo y la situación en las redacciones de los cibermedios españoles. Por ello se realizan dos estudios paralelos con el análisis de guías docentes de asignaturas relacionadas con el Ciberperiodismo y la visión de ciberperiodistas en las redacciones digitales. El primer terreno de estudio se refiere a la docencia y pretende comprobar si cumple su finalidad de preparar al alumno para que trabaje en el nuevo escenario laboral con nuevos perfiles profesionales y el segundo se acota a las percepciones de responsables de la sección digital de cuatro cibermedios españoles. Este permitirá comprobar si los medios

nativos digitales incorporan en su demanda laboral las competencias y perfiles profesionales que surgieron con la figura del ciberperiodista.

1.2. Objetivos y preguntas

Esta investigación parte de unos interrogantes que surgen en torno a la formación del ciberperiodista en los planes de estudios en universidades españolas y su relación con las necesidades laborales que reclaman los nativos digitales teniendo en cuenta el desarrollo de sus competencias y perfiles.

P1 ¿Las guías docentes de las asignaturas relacionadas con el Ciberperiodismo establecen contenidos similares?

P2 ¿Existe demanda de periodista "polivalente" en los medios nativos online?

P3 ¿Qué nuevos perfiles están presentes en los medios nativos online?

P4 ¿Existe relación entre las competencias que figuran en la asignatura de Ciberperiodismo en diferentes universidades españolas con las redacciones?

Una vez establecidas las cuestiones a las que este Trabajo Fin de Grado pretende dar respuesta, puede decirse que el objetivo principal de esta investigación es analizar la relación entre la enseñanza del Ciberperiodismo y las necesidades prácticas en los medios nativos online.

De aquí se derivan tres objetivos secundarios que están íntimamente ligados al principal:

-Conocer la propuesta curricular de la asignatura de Ciberperiodismo en el plan de estudios de las universidades españolas analizadas.

-Comprobar el asentamiento en los medios nativos online de la figura de periodista "polivalente".¹

-Conocer los nuevos perfiles periodísticos y competencias que surgen en los medios nativos online analizados.

¹ Salaverría & García-Avilés (2008) entienden esta figura como el desempeño por parte de un mismo periodista de las destrezas necesarias para elaborar noticias en varios soportes.

1.3. Hipótesis de investigación

Explicado el objeto de estudio, las preguntas y los objetivos, esta investigación parte de dos hipótesis principales y dos secundarias que se tratarán de comprobar, finalmente, con las conclusiones extraídas:

H.1. Las facultades con titulación de Periodismo adaptan su plan de estudios de la asignatura del Cyberperiodismo a la situación tecnológica en continua evolución.

h.1. Las guías docentes de las asignaturas relacionadas con el Cyberperiodismo en diferentes universidades españolas establecen objetivos, competencias y conocimientos dispares.

H.2. La figura del periodista "polivalente" está establecida en las redacciones de los medios nativos online.

h.2. Existe un ajuste entre los perfiles que se desarrollan en las redacciones de los distintos medios nativos online.

1.4. Metodología

La metodología en las Ciencias Sociales se compone de un conjunto de procedimientos racionales que buscan llegar a la realidad con explicaciones veraces. Estos métodos de investigación social se aplican a temas y a dimensiones de carácter social con elementos idóneos para la obtención de una imagen mental de la realidad social. Critto (1982) apunta que se ha discutido si es posible la investigación científica en este campo en múltiples ocasiones por la complejidad de esta tarea, sin embargo, el porcentaje de error es posible en todos los campos de análisis y la finalidad de todos es la de llegar a resultados. Es fundamental en un proceso de investigación definir el objeto de estudio así como seleccionar la metodología adecuada para llegar a las conclusiones deseadas que plantean las hipótesis.

Este trabajo de investigación se ha realizado siguiendo dos métodos de investigación: un análisis de contenido cualitativo y cuantitativo y la técnica de entrevista con cuestionario. Tal y como Piñuel (2002) señala, el objetivo del análisis de contenido es elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos. La investigación se acota al análisis de contenido de un total de diez guías

docentes de la asignatura de Ciberperiodismo de diez universidades españolas. Para ello se recurre a una tabla de análisis de elaboración propia con 13 categorías de estudio. En segundo lugar se emplea a una metodología cualitativa a través de la técnica del cuestionario remitido a responsables de la sección digital de cuatro cibermedios españoles (*El Confidencial*, *HuffingtonPost*, *Libertad Digital* y *El Español*) para conocer cómo viven el cambio las redacciones en relación a las competencias y perfiles del ciberperiodista. Se utilizan cinco categorías temáticas para la extracción de resultados a partir de las respuestas obtenidas:

1. Formación multimedia específica.
2. Competencias del ciberperiodista.
3. Perfiles periodísticos presentes en el medio.
4. Demanda de polivalencia en los medios.
5. Formación de los graduados en Periodismo.

Recurrir a estas dos técnicas empíricas permitirá en primer lugar hacer una comparativa entre la enseñanza de las asignaturas relacionadas con el Ciberperiodismo en las diferentes universidades y, en segundo lugar, la aplicación de estas competencias y perfiles profesionales en las redacciones de los medios nativos online objeto de estudio en este trabajo de investigación. Por último se intentará establecer un paralelismo entre el aula y la redacción al comparar qué ofrecen las guías docentes y qué demandan los medios digitales.

1.5. Estructura

La estructura que sigue este trabajo está dividida en dos partes claramente diferenciadas: por un lado, un marco teórico que engloba los capítulos dos y tres donde se encuadran los conceptos a analizar y un segundo bloque para el estudio empírico que muestra la metodología empleada y los resultados obtenidos que se recoge en el capítulo cuatro.

El estado de la cuestión arranca en el capítulo dos que sitúa el estudio del Ciberperiodismo desde sus inicios como nueva tendencia en la era de la Comunicación e Información en España, contextualiza la evolución de los cibermedios y finaliza con el desarrollo de los nuevos perfiles periodísticos.

El capítulo tres se detiene en la docencia del Ciberperiodismo: desde la época de las licenciaturas hasta la adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior. También alude a los retos y propuestas de mejora de los planes de estudios digitales y concluye con las competencias que debe poseer el futuro ciberperiodista.

Por último, al finalizar este recorrido teórico, se expone en el capítulo cuatro el análisis empírico de la investigación presente. En primer lugar se detiene en la metodología empleada y la muestra de los dos campos de estudio: la enseñanza del Ciberperiodismo y el Periodismo en los cibermedios. A continuación se presentan los resultados tanto del análisis de contenido de las guías docentes como del cuestionario a los cibermedios españoles que se tratan en la investigación. Finalmente se realiza una comparativa entre la docencia de las asignaturas relacionadas con el Ciberperiodismo y la percepción de los periodistas de los cibermedios que permitirá obtener conclusiones claras acerca del ajuste entre ambas partes.

La última parte de esta investigación se sirve del marco teórico y de los resultados obtenidos en el análisis empírico para presentar las conclusiones obtenidas donde se verifican o refutan las hipótesis planteadas. Del mismo modo, se exponen futuras líneas de investigación en relación del tema tratado: las competencias y perfiles del ciberperiodista previamente analizadas para presentar las conclusiones. Todas las muestras obtenidas se incluyen en anexos para su visionado posterior con detenimiento si se desea.

Capítulo 2. La nueva era de la comunicación: del Periodismo al Ciberperiodismo

Este capítulo abre el marco teórico de la presente investigación para referirse a la transformación que ha sufrido el Periodismo con el impacto e irrupción de las tecnologías emergentes y el uso de herramientas digitales en los medios. El periodismo digital o “Ciberperiodismo” afecta a todos los ámbitos profesionales de la comunicación y por ello modifica los métodos de enseñanza del grado de Periodismo porque al mismo tiempo se demandan nuevos roles en las redacciones de los medios.

El nacimiento de Internet ha terminado con un ciclo comunicativo y ha dado vida a otro. La proliferación de nuevas modalidades comunicativas ha creado un ecosistema digital donde la sociedad de la información resulta fundamental. Aumentan las facilidades de difusión de mensajes y al mismo tiempo la capacidad de interacción de los usuarios del entorno digital. Aparece una nueva interrelación entre los tres personajes clave de la comunicación mediática: medios de comunicación, profesionales y usuarios (López García, 2008).

Uno de los aspectos cruciales en este nuevo entorno para todos los ámbitos de la profesión periodística son las herramientas digitales. La tecnología se relaciona intrínsecamente con la información y de no existir tampoco contaríamos con la prensa, radio, televisión y los canales de comunicación y diálogo colectivo (Parra Valcarce & Álvarez Marcos, 2004).

El surgimiento de Internet también ha interferido en las formas de comunicación. Estos nuevos modos de comunicación emergentes vinculados a la tecnología web se consolidan tanto en radio, televisión y prensa. Los medios multimedia surgen con la Red y al mismo tiempo aparecen nuevas funciones y roles del periodista. Estas novedades en el panorama de los medios de comunicación suponen importantes retos para el profesional de la información por su carácter novedoso y revolucionario (Meso Ayerdi, 2006).

Este panorama deriva al concepto clave de esta investigación: el llamado Ciberperiodismo. Aunque resulte necesaria una investigación teórica básica que permita definir con claridad los conceptos y características de este nuevo fenómeno (Díaz Noci,

2008), existen varias denominaciones para este término tales como “periodismo digital o participativo” o “periodismo en Internet”.

2.1. Definición y características

El Ciberperiodismo hace referencia a la nueva área del Periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo 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).

Las empresas de comunicación se encuentran en una conversión constante a causa del cambio tecnológico tratado en este epígrafe. Consecuencia del mismo es la aparición de las llamadas empresas virtuales que llegan a un público cada vez más amplio que demanda una información rápida y segura.

“Los medios se encuentran ante un cambiar (renovarse) o morir. Si los medios no cambian, evidentemente corre el riesgo de quedarse desfasados tecnológicamente, y consecuentemente, con un retraso en su competitividad y con una clara tendencia a desaparecer. Por otro lado, está el hecho de que los nuevos soportes tecnológicos, sobre todo, en lo que concierne a la aplicación de las redes telemáticas, están creando un nuevo entorno de trabajo, una nueva forma empresarial que se visualiza en el campo de la comunicación global” (Flores Vivar & Arruti, 2001:11).

Siguiendo el trabajo de Parra y Álvarez (2004) es fundamental mencionar las cinco características definitorias de este nuevo discurso digital que condicionan tanto la estructura redaccional de las informaciones como su presentación visual y gráfica: multimedialidad, hipertextualidad, instantaneidad, interactividad y universalidad.

1. Multimedialidad. Hasta hace poco era muy fácil hacer distinción entre prensa, radio y televisión ya que eran “mono-medias”. Ahora en la Red, el periódico se ha convertido en hipermedia: la escritura se mezcla con sonido e imagen en movimiento potenciada con hipertexto.
2. Hipertextualidad. El hipertexto constituye la base del cambio en la presentación de contenidos en Red. Gracias al mismo los diarios cibernéticos adquieren una tercera

dimensión, la profundidad, que amplía los límites de las otras dos dimensiones clásicas.

3. Instantaneidad. La actualidad se ve superada en Internet por la instantaneidad o simultaneidad.
4. Interactividad. La interactividad por su parte exige el concepto hipermedia, implica que el usuario o receptor no sea un usuario pasivo del proceso comunicativo.
5. Universalidad. En Internet todo está a 0,1 segundos de cualquier punto. Medios impresos o audiovisuales cuya difusión se limitaba a un área determinada ahora tienen la posibilidad de llegar a cualquier rincón del planeta donde pueda establecerse una conexión al ciberespacio.

Otra de las visiones de las características que ya forman parte del ecosistema mediático en Internet viene dada por Flores Vivar (2017) que considera un total de ocho características en contraste a las cinco aportadas en el trabajo de Parra y Álvarez (2004). Estas particularidades son: multimedialidad, hipertextualidad, interactividad, ubicuidad, movilidad, glocalidad, portabilidad y convergencia.

1. Multimedialidad. Con la integración, en una misma plataforma, de distintos medios: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, infografías, etc.
2. Hipertextualidad. Permite la navegación en el contenido de manera multidireccional y no lineal a través de enlaces en relación al texto.
3. Interactividad. Como la participación de los usuarios con el medio, autores y texto.
4. Ubicuidad. Una información es perceptible de encontrarse en cualquier sitio, lo que da lugar a la ubicuidad del producto.
5. Movilidad. Este concepto ha ido evolucionando junto a la tecnología hasta conseguir una simbiosis perfecta que ha dado lugar a la expansión y consolidación de dispositivos móviles capaces de responder a las necesidades de ciberperiodistas y ciberaudiencia.
6. Glocalidad. Los medios locales se producen para ser leídos en global.
7. Portabilidad. Trata del acceso a la información de los medios a través de los periféricos móviles, como los *smartphones* y las tabletas.
8. Convergencia. Los nuevos medios son productos de la convergencia. Scolari (2010) expone este concepto según varios autores: Miller (2004) defiende la existencia de dos vertientes en la convergencia: digital e industrial. Salaverría

(2003) por su parte dota de cuatro dimensiones al concepto de convergencia multimedia: empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa.

Una vez repasados los elementos definitorios del Ciberperiodismo es necesario profundizar en este concepto y entenderlo como aquella variedad de la actividad profesional de conseguir información de actualidad mediante medios informáticos para ofrecerla en el ciberespacio (Díaz Noci, 2008). La concepción de este espacio digital se interpreta como “todo aquel espacio informativo multidimensional que, dependiente de la interacción del usuario, permite a éste el acceso, la manipulación, la transformación y el intercambio de sus flujos codificados de información [...], espacio que se abre cuando el usuario se conecta a la red [...] hecho de circuitos informativos navegables” (Santaella, en Díaz Noci 2008).

“El Ciberperiodismo es un estadio informativo en la web, caracterizado por la capacidad de los profesionales (editores, periodistas, bloggers) y empresas informativas (organizaciones de noticias, medios digitales) para obtener, procesar, crear y compartir contenidos periodísticos, instantáneamente, desde cualquier lugar, en la forma que se prefiera y desde cualquier dispositivo tecnológico con acceso a Internet y a otras tecnologías del conocimiento” (Flores Vivar, 2017: 31).

Este primer apartado nos ha definido y aportado características del Ciberperiodismo como la nueva manera de plasmar los nuevos contenidos periodísticos en el ciberespacio con el acceso inmediato e interacción de todo aquel usuario con acceso a las tecnologías digitales. Resulta necesario profundizar en este término y conocer cuándo comenzó esta especialidad del Periodismo.

2.2. Inicios y evolución del Ciberperiodismo

El Ciberperiodismo desde una perspectiva profesional “consiste en la creación y desarrollo de la información periodística en Internet con herramientas, recursos y aplicaciones (de software) de libre acceso para producir contenidos de entornos multimedia, multiformatos y multiplataforma”. Es el siguiente estadio del *periodismo digital*, concepto iniciado en 1995 y usado aún en la actualidad (Flores Vivar, 2017: 31).

El inicio de lo que hoy conocemos como Ciberperiodismo se remonta al mismo año 1995. Es en este año cuando existe un acceso masivo a Internet tanto por parte de profesionales, empresas e instituciones y la sociedad. Los medios de comunicación comienzan su inmersión en el mundo digital con la publicación de sus contenidos periodísticos en sus primeras interfaces (sitios web), duplicando lo ya publicado en formato papel (Flores Vivar, 2017).

Los términos ‘Ciberperiodismo’ y ‘ciberperiodista’ (más adelante profundizaremos en este vocablo) están ampliamente extendidos en Latinoamérica (Díaz Noci & Salaverría, 2003 en Parra & Álvarez, 2004). Además La Real Academia Española (DRAE, 2001) ha aceptado expresiones como ‘cibernética’, ‘cibernauta’ y ‘ciberespacio’ definiendo el último término como: “un ámbito artificial creado por medios informáticos”.

Por todo ello es acertado referirse al Ciberperiodismo como “la especialidad del Periodismo que emplea el ciberespacio para la elaboración y difusión de contenidos periodísticos” (Parra Valcarce & Álvarez Marcos, 2004:48).

Siguiendo los mismos autores se distinguen cuatro etapas por las que atraviesa el fenómeno del Ciberperiodismo dentro de su proceso de conformación:

1. El proceso que va desde los pioneros en la Red hasta el desembarco masivo de la prensa en Internet y que incluye a la generación cero (teletexto y videotexto).
2. El periódico bajo demanda.
3. Los nuevos modelos online de pago.
4. El Ciberperiodismo móvil.

2.2.1. La toma de contacto de los medios españoles con las tecnologías digitales

Las primeras aproximaciones de algunos medios españoles a las tecnologías digitales se remontan a la década de 1980 con un carácter meramente experimental. En la misma situamos los ensayos iniciales con el teletexto, radiotexto, audiotexto y otras tecnologías primitivas por el estilo antes de que triunfara definitivamente la *World Wide Web*. Además en esos años varios periódicos incorporan puntualmente ordenadores y tecnologías digitales tanto para recibir informaciones de agencia como para realizar ciertas tareas de edición y maquetación. Algunas de estas tecnologías como el teletexto tuvieron

gran éxito y, aunque en lógico declive, en 2014 varias cadenas seguían ofreciendo esta plataforma con un número nada despreciable de usuarios (Salaverría, 2016).

La historia de los medios digitales en España comienza a partir del año 1994 y finaliza en el año 2014. Una de las primeras señales de este salto fue con el lanzamiento del diario *El Sol* (1990-1992) siendo el primero del país y uno de los primeros del mundo que facilitaba ordenadores a todos sus profesionales en la redacción.

2.2.2. El salto a la red de los primeros medios españoles

La inclusión de los primeros medios se produjo en torno al año 1994 cuando apareció la edición digital del semanario de información general *El Temps* disponible en la red Servicom con contenidos importados del formato papel además de un foro de discusión y un buscador de artículos. Varios periódicos utilizaron los servidores de Servicom e iniciaron sus primeras pruebas de publicación digital en este año: *El Periódico de Catalunya* (8 de noviembre), *El Mundo* (11 de noviembre), y de modo poco más que experimental, *El Periódico* (12 de noviembre).

A comienzos del año 1996 existían unos 800 medios digitales en todo el mundo y para finales de ese mismo año solo en España había una treintena de diarios con presencia en Internet además de un centenar de revistas y medios audiovisuales. Con el cambio de siglo, más de un centenar de periódicos españoles contaba con presencia en la web (Salaverría, 2016).

Esta marcha desde noviembre de 1994 presenta la versión web del diario *El Mundo* a finales de primavera de 1995 que se consolidará el 6 de septiembre de ese mismo año. También en la capital, el 20 de septiembre de ese mismo año, *ABC* se lanzó a la versión digital. El último de los grandes diarios de difusión nacional en dar este salto a la red fue *El País* que no se lanzó hasta el 4 de mayo de 1996. Fue el 6 de septiembre de 1998 cuando apareció otro diario de información general en los quioscos, *La Razón*, con un interés por Internet nulo en sus inicios, ya que no puso en marcha su versión digital hasta el 28 de septiembre de 1999.

En este escenario digital implantado en la capital española se fueron sumando diarios gratuitos con edición web como *Metro Directo* (10 de junio 2002), *20 minutos* (2005) que se convirtió en un exitoso medio digital con grandes cifras de audiencia por ser

el primero en incorporar comentarios de los lectores y ser pionero en adoptar tanto en formato papel como en la red un modelo de publicación bajo licencia *Creative Commons*. En la siguiente tabla (Tabla 1) se elabora un cuadro resumen del salto a la red de los diarios españoles.

Tabla 1. Incorporación de los diarios españoles a la plataforma web.

<i>El Temps</i>	1 de noviembre de 1994 (<i>SERVICOM</i>)
<i>Periódico de Catalunya</i>	8 de noviembre de 1994 (<i>SERVICOM</i>)
<i>El Mundo</i>	11 de noviembre de 1994 (<i>SERVICOM</i>)
<i>El Periódico</i>	12 de noviembre de 1994 (<i>SERVICOM</i>)
<i>El Mundo</i>	6 de septiembre de 1995
<i>ABC</i>	20 de septiembre de 1995
<i>El País</i>	4 de mayo de 1996
<i>La Razón</i>	28 de septiembre de 1999
<i>Metro Directo</i>	10 de junio de 2002
<i>20 Minutos</i>	2005

Fuente: Elaboración propia a partir de (Salaverría 2016: 170)

Los medios en formato papel se adaptaron a la situación tecnológica y, aunque con un ritmo diferente, todos emplearon inicialmente 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).

Este fenómeno viene marcado con la distinción entre los medios tradicionales que adaptan sus publicaciones a la versión web y el desarrollo de los medios nativos digitales que fue más intenso en el ámbito de la información especializada que trataremos de forma más detallada en el siguiente epígrafe de esta investigación.

2.3. Los cibermedios como nueva iniciativa emprendedora: concepto y características.

Los tradicionales términos de ‘medio impreso’, ‘medio radiofónico’ y ‘medio televisivo’ se encuentran con una nueva categoría: ‘cibermedio’. Este término se encuentra asociado con el ciberespacio y con la mundialización pero con también raíces y relación con lo local (López García, 2008).

Un cibermedio es “aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente técnicas y criterios periodísticos, usa lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en Internet” (López et al. en López, 2008:51).

Este autor, López García (2008) amplía el concepto en cuestión con un total de siete características que ayudan a entender la transcendencia del mismo:

1. El cibermedio es un medio que se integra como cuarto componente a los tradicionales tres categorías citadas anteriormente.
2. El cibermedio emite contenidos de diversos tipos: propiamente informativos, de servicios de información, comerciales, de entretenimiento, de comunicación o de infomediación o intermediación.
3. El cibermedio se dirige a un público y le permite adoptar un rol activo, interactivo y participativo en la creación del discurso periodístico así como romper con el modelo de comunicación unidireccional presente en la comunicación de masas.
4. El cibermedio emplea técnicas y garantiza la comprensibilidad, veracidad, ética y profesionalidad de sus informaciones.
5. El cibermedio se configura desde la hipertextualidad, multimedialidad y la interactividad.
6. El cibermedio actualiza y renueva de forma permanente sus contenidos.
7. El cibermedio se publica en Internet y nace por y para un nuevo soporte: el ciberespacio.

2.3.1. La primera década de los cibermedios españoles

Los cibermedios pioneros fueron apareciendo desde mediados de los años noventa del siglo XX con temas variopintos: “*Enredando* (enero de 1996-2004), impulsado por Luis Ángel Fernández Hermana; *LaBrújula.net*, fundado en mayo de 1998 por Mikel Amigot y posteriormente reconvertido en *iBrújula.com* e *IBLnews*; y *Baquía*, lanzado en 1999 bajo la dirección de José Cervera” (Salaverría, 2016: 192).

Ha habido dos hitos informativos que marcaron un antes y un después en la evolución del Cyberperiodismo. A escala internacional los atentados terroristas ocurridos el 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos llevaron a muchos medios a darse cuenta de que sus servidores nos daban abasto con todos los usuarios que demandaban información

de última hora. La Red se había convertido en el lugar indicado para enterarse de lo más reciente.

El segundo detonante fue a escala nacional, los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid. Estos acontecimientos marcaron una nueva etapa del periodismo digital con la información de última hora como algo fundamental en España y llegó el despegue de la infografía interactiva en la que *El Mundo* y *El País* convirtiéndose en referentes internacionales con su contenido multimedia.

2.3.2. La segunda década de los cibermedios (2004-2014)

Tres factores marcaron la segunda década de los medios digitales que según Salaverría (2016) se sitúa entre el año 2004 y el 2014.

1. El auge de las redes sociales.
2. La diversificación de los medios digitales, especialmente a partir de 2007.
3. El impacto de la crisis económica en la industria y profesión periodística.

A partir del año 2003 aparecen los primeros vestigios del impacto de las redes sociales con *La Voz de Galicia* como primer medio en España con algo semejante a un blog: Una colección de crónicas bajo el nombre de «Diario de Irak» a mano de su entonces reportero David Beriáin desplazado como corresponsal de guerra. *Elmundo.es* se animó tras esta gran acogida a albergar blogs periodísticos como oferta informativa a comienzos de 2004 y posteriormente la mayoría de los medios digitales se sumaron a esta tendencia.

El paralelo desarrollo a partir de 2007 del uso de las redes sociales en los medios como Facebook (fundada en 2004) y Twitter (en el propio 2007) supuso que los medios digitales españoles se interesaran por estas plataformas como fuente de tráfico de contenidos.

El segundo vector de evolución en el Ciberperiodismo español desde 2004 es la diversificación de los medios nativos digitales, que crecieron en número y en diversidad de temas: de información general y especializados con soporte web, tableta y móvil.

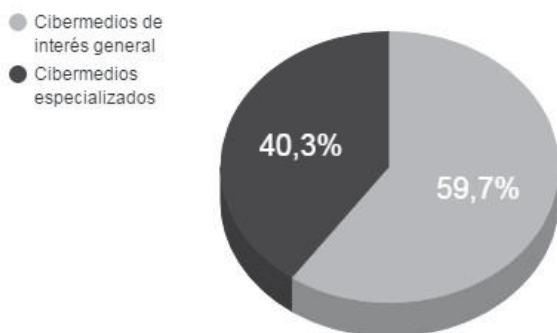
La crisis económica que tuvo lugar en España a partir del 2008, también repercutió como tercer factor de evolución que ha configurado el Ciberperiodismo con el despido de gran cantidad de periodistas ante el recorte de plantillas. Estos profesionales optaron por

promover sus propios proyectos en la plataforma de Internet y aunque no todos se consolidaron demuestra cómo el Ciberperiodismo ha avanzado de la mano de la sociedad de la información en España.

“La expansión de los servicios de telecomunicaciones ha provocado, en los últimos veinte años, una mudanza radical en los hábitos de consumo y relación social por parte de la mayoría de los ciudadanos, especialmente los más jóvenes. Ante semejante cambio, bien por voluntad propia o porque no les ha quedado más remedio, las empresas periodísticas y los propios periodistas se han lanzado a la red, al reconocer en ella el territorio medular de la información en el siglo XXI” (Salaverría, 2016:170).

Siguiendo al presente autor (Salaverría, 2005) en el año 2005 en España tiene su sede 1274 cibermedios de los que 513 eran especializados sobre una determinada área del saber humano y los 761 restantes eran de interés general.

Figura 1. Cibermedios especializados y generalistas en 2005 en España.



Fuente: Censo general de cibermedios 2005. Elaboración propia

Dentro de la representación de los cibermedios especializados (40,3% del total de medios españoles en el año 2005) el 23,3 % estaban dedicados a la cultura, el 9,9% al ocio y turismo seguidos de cerca de los referentes a la economía con el 9,6% y la comunicación con un 8,8%. También contamos con los referentes a los Servicios (8,3%), el Deporte (7,8%), la Ciencia (6,8%), las Nuevas Tecnologías (4,8%) y por último la Educación y la Infancia (3,7%). Teniendo en cuenta las regiones, Madrid era la comunidad que más publicaciones se apunta (279), seguida de Cataluña (206) y Andalucía (125). Haciendo

referencia al idioma, se repartían del siguiente modo: castellano (76,3 %), catalán (11,6 %), euskera (4,5 %) y gallego (2,3 %) (López García, 2008).

Los datos aportados están actualizados hasta el año 2005 pero resultan representativos de los medios digitales en nuestro país. Aunque buena parte de las publicaciones pioneras de la década de 1990 explicadas en nuestro epígrafe anterior hayan desaparecido en el año 2014, muchas más han llegado para reemplazarlas (Salaverría, 2016).

2.4. El desarrollo de los nuevos perfiles del ciberperiodista.

En sus inicios el periodismo en Internet era conocido como *periodismo electrónico o digital* y el profesional con el término *periodista digital*. Hay un matiz diferenciador entre la figura del periodista digital, que trabaja en una sección concreta, busca información en la calle, consulta fuentes, realiza entrevistas y que utiliza los soportes digitales para la construcción de la información y el periodista experto en información tecnológica que se refiere a estos temas en concreto.

2.4.1. Hacia un concepto de ciberperiodista

En este epígrafe haremos referencia al término *periodista digital* conocido como *ciberperiodista*. Este periodista web es una nueva figura de los profesionales de la información que empiezan a invadir un nuevo tipo de redacción para elaborar noticias bajo una nueva plataforma de comunicación y para un nuevo público (Meso Ayerdi, 2006).

“Serían los profesionales que sólo escriben para una publicación en el medio Internet. Son jóvenes periodistas digitales que se han reconvertido desde una formación analógica, ya sea por iniciativa propia o por haber participado en el proceso de reconversión del medio donde inicialmente empezaron” (Meso Ayerdi, 2006:194).

Las nuevas profesiones en el sector de la información aparecen como consecuencia del empleo del mundo Internet con sus diferentes aplicaciones o servicios. La profesión del periodismo está sufriendo un cambio residual. “Los llamados periodistas de a pie o de calle están metamorfoseándose (si cabe el término) en periodistas web o periodistas digitales” (Flores Vivar, Miguel Arruti, 2001:159).

2.4.2. Nuevos roles y perfiles periodísticos

Teniendo en cuenta las profesiones emergentes en la economía de la ciberinformación siguiendo el trabajo de autores 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 (Tabla 2).

Tabla 2. Comparativa entre los perfiles emergentes en la industria de la información y de contenidos

INDUSTRIA DE LA INFORMACIÓN	Buscador de información en la red: Profesional que busca y procesa información procedente del mundo Internet.
	Freelance 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 ‘noise killers’ acaban con esa información irrelevante obteniendo solamente la de interés para la empresa.
INDUSTRIA DE CONTENIDOS	Responsable de contenidos: Persona que deberá filtrar información de la total obtenida para lanzar la de interés.
	Broker de información: Experto que conoce a fondo un sector y trasforman un conjunto caótico de información en algo comprensible y con sentido.
	Distribución de la información: Proceso de distribución electrónica de la información para la interactividad con el usuario.
	El webmaster: Soporte dinámico de la página web que actualiza contenidos y vela por el mantenimiento de la web.
	Redactor-copy: Generador de contenidos para la redacción en formato digital.
	Auditor de información: La auditoria 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.	

Fuente: Elaboración propia a partir de (Flores Vivar; Miguel Arruti, 2001:161-165)

Una vez revisados los nuevos roles que surgen a comienzos de la nueva era de la información cabe buscar una definición de las nuevas funciones y perfiles de los profesionales de la información ante la situación laboral del entorno de la comunicación.

El nuevo profesional de la información debe tomar una actitud que le permita afrontar nuevos retos que pueda desarrollar con la incorporación de nuevos elementos tecnológicos un trabajo para un público cada vez más exigente. Los autores Flores Vivar, Miguel Arruti (2001) en su estudio analizan el nuevo perfil que demandan las empresas hoy en día. El gran reto se encuentra en el trabajo de los editores de prensa escrita que deberán constituir una verdadera empresa multimedia con nuevos suministradores de la información.

La adaptación a los procesos de innovación tecnológica debe producirse al unísono entre el medio y 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 periodísticos tal y como sostienen varios autores como Salaverría (2000, 2008, 2012); Díaz, (2002); Meso, (2010); Biondi et al., (2010); Soengas et al., (2014).

En este contexto surge 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 multilinguaje (Sánchez-García, Campos y Berrocal, 2010).

Estos cambios van de la mano de los nuevos consumos de las audiencias en un momento en 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 & Redondo, 2014) ya que realizan labores informativas al tiempo que consumen.

Este nuevo entorno de convergencia digital interfiere en los roles profesionales. Existe cierto desfase de referencias al Periodismo multimedia, al ciberperiodista y al Ciberperiodismo ya que son vocablos que no existen para la Real Academia Española. Además de que la definición que se ofrece de periodista carece de una mención a los soportes y lenguaje multimedia y viene recogida como una persona “legalmente autorizada para ejercer el Periodismo” (Sánchez- García et al. 2015).

Para aproximarnos al concepto de perfil periodístico se señala el trabajo de Sánchez-García et al. (2015) que entienden el concepto 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.”

El autor Flores Vivar (2017) hace un repaso de los perfiles profesionales surgidos de la demanda de los conocimientos de las tecnologías de la comunicación y de la información entre el año 1996 y 2015. Es interesante comparar los perfiles en la época ‘trisoporte’ previa a Internet y los perfiles profesionales que se dieron en los indicios entre 1996 y 2000.

Tabla 3. Comparativa entre perfiles de la época ‘trisoporte’ y entre 1996-2000

PERFILES EN LA ÉPOCA ‘TRISOPORTE’	PERFILES ENTRE 1996 Y 2000
<i>Editor – Director</i>	<i>Intermediario de información</i>
<i>Subdirector</i>	<i>Redactor publicitario</i>
<i>Jefe de sección</i>	<i>Investigador/ buscador en web</i>
<i>Redactores/presentadores/locutores</i>	<i>Auditor de información</i>
<i>Técnicos: de cámara, de sonido, de fotografía, de maquetación e infografía</i>	<i>Asistente de redacción para la eliminación del ruido documental</i>
<i>Emisión: realizadores, correctores, rotativa.</i>	

Fuente: Elaboración propia a partir de (Sánchez et al. (2015); Flores Vivar, 2017)

Otros perfiles que comenzaron a expandirse en la industria de la información emergieron a continuación entre el año 2000 y 2005. Al final de este periodo la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) lanzó una referencia de los perfiles establecidos en su Libro Blanco de ‘Títulos de Grado de Comunicación’(2005) que servía de guía a las universidades para establecer los perfiles de formación (Tabla 4).

Tabla 4. Comparativa entre perfiles de la época entre 2000-2005 y los perfiles según el Libro Blanco de la ANECA (2005)

PERFILES ENTRE 2000-2005	PERFILES ANECA (2005)
<i>Consultor de periodismo y comunicación</i>	<i>Redactor de información periodística en cualquier tipo de soporte</i>
<i>Infomediario</i>	<i>Redactor o responsable de prensa o comunicación institucional</i>
<i>Responsable de contenidos (webmaster)</i>	<i>Investigador, docente y consultor de comunicación</i>
<i>Arquitecto de información</i>	<i>Gestor de portales y editor de contenidos</i>
<i>Moderador de foros y news</i>	
<i>Diseñador web</i>	
<i>Experto en usabilidad</i>	

Fuente: Elaboración propia a partir de (Flores Vivar ,2017 ; Libro Blanco de la ANECA, 2005)

Es necesario hacer un resumen de las características de los cuatro perfiles profesionales básicos diseñados por el Libro Blanco de la ANECA (2005) para ampliar este estudio:

1. Redactor/a 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 bajo la tarea de redactor, reportero, presentador y director de uno o de varios de ellos.
2. Redactor/a o responsable de prensa o comunicación institucional: profesional de un gabinete de prensa o comunicación o bien de una institución pública o privada que coordina o ejecuta trabajos de carácter informativo o comunicativo.
3. Investigador/a, docente y consultor/a de comunicación: es un especialista en investigación y análisis de fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas.
4. Gestor/a de portales y editor/a de contenidos: este profesional en la redacción y ejecución de trabajos de edición en general para empresas editoras o creadoras de producciones culturales e informativas.

Siguiendo con la clasificación de Flores Vivar (2017) es fundamental nombrar los perfiles profesionales dados entre el año 2006 cuando con la expansión de las redes sociales, blogs, wikis y otros recursos del concepto 2.0 emergieron nuevos perfiles desarrollados en los medios digitales (Tabla 5).

Tabla 5. Perfiles profesionales presentes entre 2006 y 2015

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

Fuente: Flores Vivar (2017)

En el trabajo de este autor también se describe alguno de los perfiles profesionales abordados en las líneas del Observatorio de Periodismo en Internet (2005-2008) absorbidas y ampliadas por el grupo de investigación *Internet Media Lab* de la Universidad Complutense de Madrid (Tabla 6).

Tabla 6. Nuevos Perfiles profesionales según Observatorio de Periodismo en Internet (2005-2008)

<i>Arquitecto de información</i>	Es el encargado de procesar y dosificar a enorme cantidad de información producida, así como de crear la organización de contenidos con sistemas de navegación, acceso y etiquetado de la información.
<i>Gestor de comunidades en línea (community manager)</i>	Se trata de un editor dedicado a rastrear Internet y aprovechar los recursos informativos que proveen cientos de personas en la red (O'Reagan, 2010, citado en Flores Vivar, 2017:208)
<i>Periodista de datos</i>	Crea y proporciona una visualización de la información analizando previamente diferentes datos y contrastando fuentes. Debe tener manejo de las bases de datos.
<i>Periodista móvil</i>	Comúnmente conocido como periodista multimedia. Capacitado con las nuevas tecnologías sabe hacer fotos, filmar, actualizar blogs, grabar audio, editar vídeo y colgarlo directamente a la web del medio.
<i>Periodista bloguero influenciador</i>	Aquella persona con capacidad de influir en el comportamiento de otros usuarios y puede alterar o cambiar la voluntad de las personas de acuerdo con sus actos o deseos.

Fuente: (Flores Vivar, 2017)

Esta investigación estaría incompleta sin hacer referencia a los nuevos perfiles profesionales del trabajo de Sánchez- García et al, (2015) nacidos de los cambios asociados por la tecnología por la necesidad de afrontar la producción de contenidos multisoporte y descritos en la siguiente tabla (Tabla 7).

Tabla 7. Perfiles periodísticos según el artículo “Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes”

PERFILES PROFESIONALES	MULTIFACETAS O MULTITAREAS
<i>Informador multimedia</i>	<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
<i>Gabinete multifacético o multimedia</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Periodista multidisciplinar - Informador corporativo multimedia - Agente de información (<i>Information Broker</i>)

<i>Profesor de laboratorio y consultor</i>	<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.
<i>Gestor de portales y contenidos on line</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestor multimedia freelance - Community manager - Gatekeeper en Facebook - Gatekeeper de redes sociales - Periodista SEO

Fuente: (Sánchez-García et al, 2015)

Un término extendido en los últimos años es el de 'periodista polivalente', Scolari (2007) habla de que 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.

“El periodista polivalente se está consolidando en los medios en línea, en grandes empresas informativas y en medios de reciente creación. Respecto a los medios de pequeñas dimensiones, en esas realidades los periodistas siempre cumplieron numerosas funciones y fueron polivalentes, sólo que ahora estas tareas se multiplican y se simplifican gracias a la digitalización de los procesos productivos” (Scolari, 2007).

Este capítulo finaliza con esta nueva figura que merece una especial atención en el desarrollo de esta investigación ya que actualmente se encuentra extendida entre los medios de comunicación e interesa su asentamiento y situación en los mismos.

Capítulo 3. La enseñanza del Ciberperiodismo en las universidades españolas

La formación de profesionales de la comunicación on-line debe enfocarse para que los futuros periodistas estén preparados para responder ante los nuevos retos que Internet presenta en su desempeño diario. En este nuevo escenario 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).

La finalidad de la docencia del Ciberperiodismo 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).

En este escenario resulta fundamental el diseño y la puesta en marcha de planes curriculares adaptados a la situación comunicativa derivada de la comunicación on-line. La formación de estos profesionales en las habilidades y destrezas destinadas a este periodismo «desde» y «para» la red ha quedado en un segundo plano a pesar de su importancia (Tejedor, 2008).

Siguiendo el trabajo del presente autor la inclusión curricular del Ciberperiodismo se plantea a partir de los grandes hitos que introducen la revolución informativa e Internet:

1. Un objeto de estudio en constante evolución (exploración, experimentación y cambio continuado).
2. Nuevas rutinas productivas (modelos de producción de mensajes ciberperiodísticos).
3. Redacción ciberperiodística (una escritura de palabras, sonidos e imágenes).
4. Prestigio y credibilidad: Internet se consolida como un espacio donde las virtudes se toman defectos y viceversa.
5. Nuevos productos periodísticos on-line.
6. Ciberperiodismo y mercado: el Ciberperiodismo alcanzará un mayor estatus y desarrollo cuando disponga de un modelo de negocio rentable.

7. El profesional de los cibermedios: los ciberperiodistas han de poseer unos conocimientos y destrezas mayores en variedad, profundidad y enfoque.
8. La figura del lector-autor. Exigencias, posibilidades y «manías» de un nuevo perfil de usuario.
9. Aspectos jurídicos. Interrogantes legales en territorio on-line.
10. Ciberperiodismo y Universidad: el papel de la Universidad es el de ser capaz de liderar el avance hacia una sociedad de la información cada vez más «digitalizada».

Este conjunto de cambios esboza un escenario donde las nuevas posibilidades comunicativas caminan de la mano del número de interrogantes que surgen. Esta es la razón de que la inclusión del periodismo on-line constituya un reto prioritario para evitar que universidad y sociedad (o mercado laboral), avancen en direcciones y ritmos totalmente contradictorios (Tejedor, 2008).

3.1. La situación de la docencia del Ciberperiodismo: antes y después del Plan

Bolonia

Las facultades de Periodismo adaptan sus propuestas formativas con un cambio de 180 grados en sus planes de estudios que obligan tanto a los profesionales como a los estudiantes a amoldarse a los nuevos entornos curriculares. Enseñar un nuevo Periodismo que tiene como base Internet y las tecnologías emergentes implica algo más allá de un cambio de infraestructura: un cambio de mentalidad (Flores Vivar, 2017).

Una de las razones de este cambio es la etapa de transición y de experimentación en la que a día de hoy se encuentran los cibermedios. Surge la continuada necesidad de replantear los planes de estudio y de enseñanza del Periodismo para que las universidades puedan satisfacer las demandas de la nueva forma de hacer Periodismo (Palacios & Díaz Noci, 2009). Siguiendo a estos autores se distinguen tres prácticas bien diferentes por las que pasó la enseñanza del periodismo asociado a los cibermedios desde 1994-1995: 1) Aparición de nuevas demandas; 2) Incorporación de las tecnologías a los currículos; 3) Transformaciones en las prácticas de enseñanza.

El primer paso en el establecimiento de una asignatura sobre periodismo en Internet es en el año 1994 con la fundación en la Universidad de Navarra del Laboratorio de Comunicación Multimedia. Desde entonces el establecimiento de programas de formación

en Ciberperiodismo adquirió importancia debido a la problemática de la formación de periodistas de en y para Internet (Palacios & Díaz Noci, 2009).

Los primeros resultados de las investigaciones que abordan los efectos de Internet en el desempeño profesional del Periodismo realizados en nuestro país evidencian: “la lentitud de las facultades en la incorporación de las nuevas tecnologías en oferta formativa, con el posible desfase entre los planes de estudio y la realidad profesional” (Sánchez-García & Campos -Domínguez, 2016:163).

El diagnóstico de varios especialistas es de una tímida actualización formativa al entorno digital y lenta por parte de las universidades que aunque con excepciones aún no han incorporado esta realidad digital con éxito en sus planes de estudios (Salaverría, 2011; Díaz Noci, 2007; Tejedor, 2008, en Sánchez-García y Campos-Domínguez, 2016).

En este panorama favorable para una formación continúa en aumento hay una necesidad cada vez mayor de conocimientos actuales. Esto supone un reto para todos los comunicadores de la era digital donde los planes de formación tienen que contemplar las mudanzas que han ocurrido en el campo de la comunicación. Pero no todo cambia y a pesar de la aparición de nuevas modalidades como el Ciberperiodismo, lo básico permanece: ayer, hoy y mañana lo esencial del Periodismo es la creación de mensajes veraces siguiendo unas convenciones sedimentadas a lo largo de la historia de los últimos siglos (López, 2012).

3.1.1. La enseñanza digital en las titulaciones de Periodismo

Este lento y desigual progreso encuentra con dificultad la causa del rechazo de la universidad española a los nuevos medios. Algunos autores como Pérez Tornero (2007) relacionan este hecho con la actitud del cuerpo docente argumentando que los profesores se resuelven sistemáticamente contra este fenómeno que consideran pasajero y que puede cuestionar sus rutinas y tradiciones. Los docentes con su posición de privilegio y una situación académica consolidada deberían haber sido los impulsores del Ciberperiodismo en los planes de estudio, sin embargo no prestaron atención hacia las exigencias de esta disciplina. La consecuencia de este proceso es obvia:

“El Ciberperiodismo ha entrado en las Facultades de Comunicación por la puerta de atrás, de la mano de asignaturas optativas más o menos

camufladas, y de jóvenes profesores emprendedores y cargados de ilusión pero, en la mayoría de los casos, con escasa experiencia y una situación laboral inestable” (Palacios & Díaz Noci, 2012: 122).

El estudio más ambicioso para explicar la situación de los estudios en Ciberperiodismo en las universidades de España se refiere a la época de las licenciaturas y se trata de una tesis doctoral presentada en 2005 por el profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona, Santiago Tejedor Calvo y dirigida por el catedrático José Manuel Pérez Tomero (Palacios & Díaz Noci, 2012). A pesar de considerarse desfasado interesa para analizar la evolución de la asignatura en las últimas décadas.

Esta investigación realiza un diagnóstico de la enseñanza del Ciberperiodismo tomando los programas de las 109 asignaturas relacionadas con el periodismo on-line correspondiente al año 2004-2005 de las 26 universidades españolas que impartían la licenciatura de Periodismo. El estudio se divide en tres bloques: en primer lugar se tratan las materias que tratan temas afines al Ciberperiodismo (64), en un segundo bloque estudian las materias que dedican algún apartado a este ámbito (28) y por último se analizan las que se refieren únicamente al Ciberperiodismo (17). Algunas de las conclusiones extraídas son las siguientes:

1. La enseñanza del Ciberperiodismo: escasa y dispersa: la primera conclusión derivada de esta investigación es que las 109 asignaturas referidas al periodismo digital constituyen solo el 7% de la oferta de los planes de estudio de las universidades seleccionadas. Esto revela que el estudio del periodismo on-line en las licenciaturas españolas se limita a un número escaso de asignaturas con una íntima inclusión del Ciberperiodismo.
2. Tres grandes grupos de materias relacionadas con el Ciberperiodismo: El primer grupo es el de las materias afines al Ciberperiodismo que se presenta como el más numeroso ya que comprende un 60% de las 109 asignaturas tratadas. El segundo bloque abarca las materias de diferente temática que dedican algún apartado al Ciberperiodismo contando con un 25% del total. Por último las materias de dedicación exclusiva a este periodismo on-line se apuntan un 21%. Estas 17 materias bajo el nombre de “Ciberperiodismo” buscan que el estudiante comprenda el alcance del término, sus orígenes y su evolución.

3. Cuatro áreas temáticas: Periodismo electrónico, Redacción, Tecnología de la Información y Desarrollo de Proyectos Multimedia: se derivan cuatro grandes grupos en los que la inclusión del periodismo electrónico es mayor a pesar de que no se tratan de asignaturas que traten de manera exclusiva este fenómeno y que en muchos casos solo lo estudian de forma transversal: Periodismo electrónico (14%), Redacción (13%), Tecnología de la Información (13%) y Desarrollo de Proyectos Multimedia (10%).
4. La escasez de las asignaturas exclusivas “de Ciberperiodismo”: En el momento del estudio en España solo existen 17 materias que se dedican a este ámbito exclusivamente del total de 26 universidades analizadas. Todas ellas combinan la teoría y la práctica en su desarrollo lo que revela la importancia del aspecto práctico del periodismo digital. Un 40% de estas asignaturas son optativas lo que deriva que no hay garantía de que los estudiantes las cursen. Por último se concluye que estas asignaturas exclusivas del periodismo digital se concentran en el segundo ciclo de los estudios (el 83% se oferta en tercero o cuarto curso de carrera).

Estas conclusiones nos acercan a la etapa de transición en la que se encuentra el Ciberperiodismo y que la inclusión de esta materia en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo españolas se encuentra en la fase inicial de desarrollo donde en las universidades que ofertan la carrera de Periodismo existen importantes diferencias (Tejedor, 2006).

3.1.2. La enseñanza del Ciberperiodismo tras la adaptación al EEES

Las directrices generales en los planes de la antigua licenciatura en Periodismo se mantienen hasta la inclusión en el Espacio Europeo de Educación Superior, en adelante EEES, con escasas modificaciones: la flexibilidad del marco normativo ante la organización de las materias troncales permitió la creación de planes docentes diferentes con cambios continuos (Sánchez-García & Campos-Domínguez, 2016).

Con la implantación del Plan Bolonia dentro del marco del EEES, los planes de estudio de Periodismo se renuevan con un refuerzo de las asignaturas dedicadas al Ciberperiodismo. En la docencia de las facultades de Comunicación, el Plan Bolonia conlleva un esfuerzo tecnológico con la aplicación de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC). Estos cambios considerados como aún insuficientes para

alcanzar el modelo de Escuela Digital (Martín Bernal, 2009; Sigalés *et al*, 2009; Benito, 2009; Marchesi y Díaz, 2009; Segura, 2009) suponen la intensificación del lado práctico de las materias y la modificación de los usos pedagógicos (Armañanzas, 2012).

Existe un debate sobre los beneficios de las TIC presente en las aulas y centros de profesores debido a la dificultad de obtener indicadores “que certifiquen los objetivos docentes conseguidos gracias a las TIC” (Martín Bernal, 2009).

“Las TIC son imprescindibles para la enseñanza/aprendizaje del Ciberperiodismo, de ahí la importancia de que el centro cuente con ellas y el profesor las conozca. Sin olvidar los conocimientos teóricos (conceptos abstractos, complejos) en torno al periodismo online y a otras materias que harán del periodista un profesional con mayor cultura y criterio.”
(Armañanzas, 2012:79)

La presente autora añade que entre las mejoras que trae el reciente Plan Bolonia se incluyen nuevas asignaturas obligatorias de Ciberperiodismo en todos los cursos con conocimientos en la web 2.0, tele y radio online así como temas relacionados con el periodismo digital. Además de un grupo más reducido de estudiantes por grupo, un mayor trabajo en grupo y desarrollo de proyectos y un incremento del uso de herramientas de la información y comunicación.

La ordenación de la enseñanza de Periodismo adaptada al EEES según el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre establece en el artículo 12.1 que “los planes de estudios conducentes a la obtención de título de grado serán elaborados por las universidades y verificados de acuerdo con lo establecido en el presente decreto”, bajo las condiciones de contar con 240 créditos de carácter teórico y práctico (conocimientos básicos, materias obligatorias u optativas, seminarios, prácticas externas, trabajos dirigidos, trabajo de fin de grado u otras actividades formativas) así como con una distribución de la carga lectiva por tipo de formación (Sánchez-García & Campos-Domínguez, 2016).

El estudio referente para conocer mejor el efecto del EEES resulta una réplica del explicado en el epígrafe anterior realizado por Tejedor (2005). Realiza una comparativa entre la docencia en las titulaciones de licenciatura y grado y viene de la mano de Sánchez-García y Campos-Domínguez. Este trabajo recoge una investigación cuantitativa sobre la implantación en las facultades de la formación en nuevas tecnologías en sus planes de

estudio adaptadas a este nuevo entorno mediático. La muestra toma un análisis comparativo de los planes de estudio de 35 facultades españolas que impartían el grado en Periodismo en España en el año 2014 donde se selecciona el último plan de estudios de licenciatura en Periodismo de cada universidad y el primero en la titulación de grado. La investigación tomó las asignaturas troncales y obligatorias descartando las optativas al no considerarlas de formación básica. Algunas de las conclusiones extraídas son las siguientes:

1. Una mayor presencia de las disciplinas relacionadas con las nuevas tecnologías: el cambio de la licenciatura al grado en Periodismo ha reforzado el número de disciplinas en este aspecto pero su incorporación resulta lenta (en licenciatura se presentan 53 disciplinas en 31 facultades; en grado existen 79 disciplinas en 35 facultades) y tímida (1-2 asignaturas obligatorias de licenciatura frente 2-3 en el grado) frente a la media total de 35-40 de asignaturas obligatorias que ofertan las titulaciones de grado.
2. La modificación del EEES no es aprovechada por las universidades para la preparación de futuros periodistas: Además de la lenta incorporación de la docencia digital no se saca partido de la adaptación de las universidades al marco del EEES. Esto se refleja en que a pesar de que al pasar de licenciatura a grado aumenta la presencia de las disciplinas relacionadas con las tecnologías este incremento es moderado frente a la media de materias obligatorias ofertadas en el grado.
3. Una formación en nuevas tecnologías de los estudios de grado con presencia repartida: Mientras en que las titulaciones estas disciplinas se concentran en los cursos centrales (3º y 4º) este estudio refleja que en el grado la presencia aumenta en todos los cursos y especialmente en 2º.
4. Las universidades aprovechan la mayor autonomía de programación que permite el EEES: Esto permite aumentar las disciplinas relacionadas con las nuevas tecnologías con categoría de obligatorias frente a las troncales y de formación básica que establece el ministerio.
5. Discrepancias epistemológicas relativas a la formación tecnológica: el estudio confirma la variedad de denominaciones a estas disciplinas: las licenciaturas se refieren a una terminología genérica referida a tecnología mientras que los nuevos

estudios de grado utilizan acepciones como electrónico, multimedia y digital. Estos términos reflejan las diferencias de contenido entre licenciatura y grado.

6. Libertad de elección de asignaturas de nuevas tecnologías en estudios de grado en Periodismo: Los alumnos eligen esta formación especializada digital ya que las universidades concentran su oferta en materias optativas de manera que no se considera formación obligatoria prioritaria.

Esta investigación considerada como la primera en analizar de forma cuantitativa la formación de periodistas en las nuevas tecnologías tras el EEES no puede interpretarse como concluyente, sino como un punto de partida del cambio de licenciatura a grado. El plan Bolonia permite una mayor autonomía en los planes de estudio por lo que “serán necesarias futuras investigaciones que recojan las progresivas modificaciones curriculares que introduzcan las universidades españolas para responder a la demanda en nuevos perfiles profesionales multimedia de los periodistas y para adaptarse a los futuros cambios normativos de los grados” (Sánchez-García, Campos-Domínguez 2016:176).

Existen estudios referidos concretamente a la docencia del Ciberperiodismo que concluyen que el Plan Bolonia favorece a su aprendizaje pero muestra aún carencias en cuanto a las materias, tecnología, docentes y la pedagogía. Para llegar a la nueva docencia del periodismo on-line es necesario un esfuerzo colectivo tanto de profesores como de alumnos que cambien los métodos de enseñanza y aprendizaje con el empleo de los recursos de la generación de conocimiento. También resulta fundamental simular el trabajo del ciberperiodista en el aula, en la Red y a través de convenios en los cibermedios para profesores y alumnos. Los planes de estudio de Ciberperiodismo deben de estar en constante revisión debido a la rapidez en los cambios técnicos y sus aplicaciones (Armañanzas, 2012).

3.2. Retos y propuestas de mejoras de la enseñanza del Ciberperiodismo

Los principales obstáculos para la inclusión del curricular del Ciberperiodismo vinieron tras la investigación de Tejedor en 2005 de la presencia del periodismo digital en las licenciaturas españolas de manera que era considerado un importante hito a alcanzar. Los problemas a superar se concentran en los siguientes aspectos (Tejedor, 2008):

1. La “juventud” del Ciberperiodismo: con la “revolución digital” la juventud presente en este fenómeno de la red de las redes ha derivado a que la docencia del

Ciberperiodismo en la época de las licenciaturas no reciba el reconocimiento oportuno.

- 2 Las barreras burocráticas en el proceso de la inclusión curricular del Ciberperiodismo.
- 3 Necesidad de modificar el plan de estudios actual: esta modificación debe de ir enfocada desde un planteamiento mixto que combine la aplicación de un enfoque transversal con la creación de materias de dedicación exclusiva al periodismo on-line.
- 4 Rechazo de los docentes y necesidad de su formación: esta enseñanza necesita de profesionales que dominen el ámbito del periodismo digital, para una docencia de calidad es necesaria la correcta formación de los mismos para lanzar nuevos profesionales expertos en el Ciberperiodismo.
- 5 Dificultad de un temario “sobre” Ciberperiodismo: una tarea tan necesaria como complicada.
- 6 Falta de coordinación entre docentes y asignaturas: para la aplicación de un enfoque mixto es necesario un diálogo colectivo entre los docentes implicados.
- 7 Falta de infraestructura técnica: la adquisición de equipos informáticos tanto de software como hardware resulta fundamental.

La superación de estos desafíos supondrá un mayor éxito en la inclusión curricular del Ciberperiodismo. Pese a estas dificultades, la enseñanza/aprendizaje de este periodismo on-line crece y debe ir mejorando. Esta evolución se posa en dos planteamientos: la capacidad innovadora de los nuevos usuarios y la responsabilidad de las instituciones políticas y educativas. Sea cual sea el motor de cambio, es la tecnología la que no deja de evolucionar hacia nuevos usos comunicativos que todos aprenderemos y utilizaremos, pero al mismo tiempo aumenta la dificultad porque esta rapidez hace que mostremos carencias en la docencia/aprendizaje del Ciberperiodismo (Armañanzas, 2012).

Pese a los fallos que encarna el sistema universitario, la formación ofertada en las facultades españolas permite a los futuros profesionales competir en el mercado global de la comunicación al máximo nivel y que se gradúan bien formados a pesar de ciertas carencias que exige el mercado actual de la información. La solución se encuentra en crear una situación educativa y metodológica centrada en el alumno que cumpla tres aspectos fundamentales: 1. Fomento de su autoaprendizaje 2. Construcción de su conocimiento 3.

Desarrollo de un pensamiento crítico y creativo. Estos requisitos son fundamentales en los procesos de enseñanza/aprendizaje del EEES más aún en la disciplina de periodismo y comunicación (Flores Vivar, 2017).

3.3. Las competencias y habilidades en la formación del ciberperiodista

El cometido más importante de un docente es el de inspirar a los estudiantes a tener una mente abierta en relación a sus habilidades y más concretamente se debe alentar al futuro ciberperiodista a que crea que convertirse en un periodista digital es una meta accesible y alcanzable. El conocimiento inculcado en las aulas universitarias será la herramienta para desenvolverse en el ámbito profesional ejerciendo un periodismo de calidad (Flores Vivar, 2017).

3.3.1. Aproximación al concepto de competencia del ciberperiodista

El término competencia proviene del latín *competentia* y se entiende como capacidad. Este concepto con una gran historia (en el siglo XVI reconocido en inglés, francés y holandés) no se ha institucionalizado en el desarrollo de la formación profesional hasta hace relativamente poco.

La primera aproximación la encontramos en la DRAE: disputa, rivalidad, contienda u oposición entre dos o más personas; pero también significa incumbencia, actitud o idoneidad para hacer algo o intervenir en un determinado asunto. En la presente investigación nos atañe referirnos a esta segunda definición de capacidad y pericia en relación a la formación de las escuelas de Periodismo.

Siguiendo el documento *Definition and Selection of Competences* (DESECO) se identifica el concepto de competencia como: “La habilidad para responder a las demandas o llevar a cabo tareas con éxito y consistentes con las dimensiones cognitivas y no cognitivas” (OCDE, 2002 en Martínez Ruiz et al., 2007).

Al configurar la guía docente de una asignatura, uno de los primeros pasos que contempla el profesor es establecer lo que el alumno debe saber y saber hacer al finalizar la disciplina (Ivars Nicolás, 2010). Siguiendo la tesis doctoral de la presenta autora se encuentran las siguientes competencias clave en la educación (Figura 2):

Figura 2: Competencias clave en la docencia



Fuente: Elaboración propia a partir de (Martínez Ruiz, A. et al., 2007 en Ivars Nicolás, 2010)

Más referido a nuestro estudio del Ciberperiodismo hay que prestar especial atención a las herramientas digitales que proporciona Internet que pueden facilitar el desarrollo de competencias. Para el éxito en esta actividad será el docente el encargado de seleccionar las herramientas que mejor orienten a los alumnos.

3.3.2. Las habilidades del periodista digital

Los requerimientos del Espacio Europeo de Educación Superior suponen un análisis y evaluación de las competencias formativas del grado en Periodismo para armonizar la formación y la docencia en el nuevo escenario laboral (Casero-Ripollés et al. 2013).

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). De esta forma encontramos siguiendo a este autor las siguientes competencias:

- 1 Competencias redaccionales: 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 micromedios 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 planes de estudios actuales tienen que ser capaces de actuar para formar a un profesional que desempeñará una función al servicio de la sociedad. La universidad tiene un papel clave en el que deberá dibujar una transformación del proceso de formación de determinadas disciplinas del conocimiento. Las facultades de Conocimiento ya vienen contemplando este proceso pero no en la magnitud deseada. Esta renovación en los planes de estudio pone de manifiesto la convergencia en la mente de las personas y la interdisciplinariedad del conocimiento en esta nueva era de la comunicación, del nuevo periodismo y de un nuevo perfil profesional (Flores Vivar, 2017).

Capítulo 4. Análisis empírico de las competencias y perfiles del ciberperiodista: análisis de guías docentes y cuestionario a ciberperiodistas

4.1. Metodología. Campo de estudio y muestra acotada

La presente investigación que tiene por objeto analizar la relación entre la enseñanza del Ciberperiodismo en España y el posterior trabajo en las redacciones de los cibermedios recurre a dos análisis empíricos paralelos. Por un lado la enseñanza del Ciberperiodismo en las universidades españolas a través de un análisis de contenido a guías docentes y por otro la realidad práctica de los cibermedios a través de cuestionarios a periodistas digitales. Cada una de las partes empíricas tiene su propia metodología aunque finalmente se intenta relacionar los resultados obtenidos en ambas.

4.1.1. Primer campo de estudio: la enseñanza del Ciberperiodismo

El primer análisis se centra en un total de diez guías docentes de diez universidades españolas. El primer filtro utilizado para conformar la muestra ha sido la elección de una asignatura por cada universidad seleccionada. El rastreo buscaba en primer lugar una asignatura con denominación expresa de Ciberperiodismo y al no encontrar esta designación en todas las universidades se ha optado por una relación en su contenido donde encontramos el Periodismo Digital. A partir del listado de las universidades que imparten Periodismo actualizada hasta el año 2010 elaborada por Sánchez-García y Campos Domínguez (2016) se han elegido las ocho universidades españolas que más tiempo llevan impartiendo esta disciplina para comprobar que sus planes de estudios se han adaptado a la actual situación digital. Además, se han añadido otras dos universidades localizadas en Valladolid: la Universidad de Valladolid y la Universidad Europea Miguel de Cervantes, por ser la ciudad en la que se desarrolla este Trabajo de Fin de Grado.

Para encontrar las asignaturas más representativas se ha seleccionado una asignatura de cada plan de estudio de las diez universidades seleccionadas del grado de Periodismo. Se ha escogido la asignatura más cercana a los criterios marcados: denominación expresa o contenido digital. Todas las asignaturas seleccionadas poseen el mismo peso dentro del plan docente (6ETCS). Las diez guías docentes extraídas resultan del curso 2016-2017 para obtener los resultados lo más actualizados posibles. Esta muestra

viene reflejada en la siguiente tabla resumen que permite aglutinar de un vistazo la denominación de la asignatura de cada universidad analizada (Tabla 8).

Tabla 8. Muestra de las universidades seleccionadas y su correspondiente asignatura relacionadas con Ciberperiodismo (2016-2017)

ORIGEN Y CIUDAD	UNIVERSIDAD ESPAÑOLA	ASIGNATURA SELECCIONADA
1971, Madrid	Universidad Complutense	Tecnologías de la Gestión Periodística de la Información Digital
1971, Pamplona	Universidad de Navarra	Ciberperiodismo
1972, Barcelona	Universidad Autónoma de Barcelona	Gestión de Contenidos Digitales
1981, Bilbao	Universidad del País Vasco	Redacción Ciberperiodística
1988, Salamanca	Universidad Pontificia de Salamanca	Periodismo Digital
1988, Tenerife	Universidad de La Laguna	Ciberperiodismo
1889, Sevilla	Universidad de Sevilla	Innovación Cibernética en Periodismo
1991, Santiago de Compostela	Universidad de Santiago de Compostela	Teoría y Análisis de los Cibermedios
2002, Valladolid	Universidad Europea Miguel de Cervantes	Periodismo Digital
2003, Valladolid	Universidad de Valladolid	Ciberperiodismo

Fuente: Elaboración propia.

Todas las guías docentes han sido analizadas a través del formato PDF obtenido de cada una de las webs de las diferentes universidades seleccionadas. Este proceso contó con la necesidad de traducir la guía docente de la Universidad Autónoma de Barcelona que no contaba con su versión en castellano. Para la extracción de resultados se ha optado por el análisis de contenido tanto cuantitativo como cualitativo de cada una de las guías docentes para cada asignatura.

- **El análisis de contenido como técnica empírica**

Para el diseño del análisis de la primera muestra una vez recopilados los datos se ha optado por la técnica de investigación del análisis de contenido. Esta metodología permite descubrir el ADN de los mensajes mediáticos (en este caso de las unidades de análisis): se reconstruye su arquitectura, se conoce su estructura, componentes básicos y su

funcionamiento. Esta técnica centrada en el análisis de mensajes está considerada como el método por excelencia de investigación en comunicación (Igartua & Humanes, 2011).

Se denomina análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) y basados en técnicas de medidas, a veces cuantitativas (recuento de unidades), a veces cualitativas (combinación de categorías) extraen, elaboran y procesan datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos. Además esta técnica se convirtió a finales del siglo XX en una de las más frecuentes en muchas ciencias sociales (Piñuel, 2002).

- **Diseño de la plantilla de análisis y selección de categorías**

Para extraer resultados de la muestra se ha optado por el análisis de tipo cuantitativo y cualitativo a través de una plantilla de análisis de elaboración propia dividida en 13 categorías para codificar cada guía docente analizada.

Cualquier análisis de contenido se sostiene o se hunde dependiendo de sus categorías de análisis tal y como decía Berelson, su padre fundador. La selección de categorías determina la "mirada" del objeto (Piñuel, 2002) y esta ficha de análisis contiene 13 puntos de vista repartidos de la siguiente manera (Tabla 9).

Tabla 9. Tabla de análisis aplicada a las diez guías docentes analizadas

ASIGNATURA				
UNIVERSIDAD				
TIPO DE UNIVERSIDAD	Privada-Religiosa []	Pública []	Privada []	
CURSO	1º []	2º []	3º []	4º []
RELACIÓN ASIGNATURA	Ciberperiodismo []		Periodismo Digital []	
CARÁCTER	Obligatoria []	Optativa []	Básica []	
LENGUA	Castellano []	Euskera []	Catalán []	Gallego []
EVALUACIÓN	Examen []	Trabajos []	Seminarios []	Participación []
ACTIVIDADES DOCENTES	Presenciales []		No presenciales []	
PROFESOR RESPONSABLE				
PRERREQUISITOS				
OBJETIVOS				
COMPETENCIAS				
GENERALES				
ESPECÍFICAS				
TRANSVERSALES				

BÁSICAS	
OTRAS	
CONTENIDOS	
TEÓRICOS	
PRÁCTICOS	
AUTORES BIBLIOGRAFÍA	

Fuente: Elaboración propia.

- Un total de **siete categorías cuantitativas** que permitirán extraer resultados gráficos que comparen las diez guías docentes:
 1. **Tipo de universidad analizada** que diferencia entre privada-religiosa, Pública o Privada.
 2. **Curso del grado** en el que se imparte la asignatura (1º,2º,3º o 4º).
 3. **Relación de la asignatura con su contenido:** si es explícita de Ciberperiodismo o si hace referencia al Periodismo Digital.
 4. **Carácter de la asignatura:** obligatoria, optativa o formación básica.
 5. **Lengua en que se imparte la asignatura:** al contar con universidades en diferentes puntos de España además de impartirse en castellano dista entre diferentes lenguas: catalán, gallego y euskera.
 6. **Sistema de evaluación:** donde se marcarán varias casillas de los diferentes métodos existentes empleados: examen, trabajos, seminarios y participación.
 7. **Número de horas** tanto presenciales como no presenciales.

- Un total de **seis categorías cualitativas** que permitirán extraer similitudes y diferencias entre las diez guías docentes:
 8. **Profesor responsable** de la asignatura donde también se incluye los profesores de apoyo que imparten la misma.
 9. **Prerrequisitos** establecidos para cursar la asignatura.
 10. **Objetivos** que busca cumplir la guía docente.
 11. **Competencias** que se van a adquirir al curar la disciplina tanto las generales, específicas, transversales, genéricas u otras si se especifican.
 12. **Contenidos teóricos y prácticos** que se van a llevar a cabo en el curso.
 13. **Autores** mencionados en la bibliografía en cada una de las guías docentes que permitirá extraer los diez autores cuyos trabajos aparecen más citados en la elaboración del temario de cada una de las asignaturas.

4.1.2. Segundo campo de estudio: Periodismo en los cibermedios

El segundo análisis empírico se centra en los cibermedios españoles. Para su estudio se ha seleccionado cuatro medios nativos digitales. Para el presente estudio interesa saber si la formación que reciben los futuros periodistas responde o no a las demandas profesionales de las redacciones por lo que el cuestionario se remite a un jefe de redacción o un subdirector por considerar que sus respuestas serán de utilidad al ocupar un cargo que interactúa con varios redactores digitales.

La metodología empleada en este caso es un cuestionario abierto con un total de 5 preguntas que responden a las temáticas más relevantes de este estudio: formación multimedia específica, competencias del ciberperiodista, perfiles periodísticos, demanda de polivalencia y la formación del grado en Periodismo.

Los cuestionarios se remitieron a un total de seis cibermedios españoles: *Público*, *El Confidencial*, *ElDiario.es*, *Huffington Post*, *Libertad Digital* y *El Español*. Estos medios interesan en este Trabajo de Fin de Grado porque permitirán extraer conclusiones relativas a la aplicación del Ciberperiodismo en las redacciones. Todos son nativos digitales que vuelcan contenido exclusivamente a la Red y se han descartado los medios que cuentan también con un formato papel ya que interesa conocer el desarrollo de las competencias y perfiles del ciberperiodista y no del periodista tradicional.

Primero se contactó por teléfono con las redacciones para comunicarles el objeto del estudio y solicitar su colaboración. Algunos cibermedios solicitaron un email explicando la intencionalidad del cuestionario que remitirían a un redactor jefe, otros cibermedios proporcionaron un email de contacto directo y dos finalmente no proporcionaron una respuesta. En el plazo de dos semanas se consiguió que los periodistas cumplimentaran el cuestionario gracias a la insistencia vía telefónica a las redacciones que afirmaban que el email siempre da más problemas. Aunque limitados en número las respuestas de cuatro cibermedios se consideran útiles para el estudio puesto que son medios representativos en el sector español. Se buscaba la respuesta de un redactor jefe de cada medio y finalmente se obtuvo la respuesta de dos redactores jefe y dos subdirectores (Tabla 10).

Tabla 10. Muestra de los Cibermedios y los periodistas encuestados

CIBERMEDIO	PERIODISTA	CARGO
<i>El Confidencial</i>	Daniel Arjona Rubio	Redactor Jefe de Cultura
<i>HuffingtonPost</i>	Guillermo Rodríguez Díaz	Subdirector
<i>Libertad Digital</i>	Carmelo Jordá	Redactor Jefe/Editor
<i>El Español</i>	Vicente Ferrer Molina	Subdirector

Fuente: Elaboración propia.

Resulta necesario contextualizar brevemente los medios analizados que se caracterizan por trabajar únicamente en formato web:

1. *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.

2. *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*.

3. *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.

4. *El Español*: este diario digital español fue fundado el 7 de octubre de 2015 y se encuentra dirigido por Pedro J. Ramírez, cofundador y exdirector de *El Mundo* y de *Diario 16*. Este proyecto surgió de la mano de Ramírez cuando fue destituido como director de *El Mundo*, junto con su hija María Ramírez Fernández (editora del periódico) y Eduardo Suárez.

- **El cuestionario como técnica empírica**

Dentro de las múltiples metodologías existentes para llevar a cabo un estudio de encuesta, se optó por la elección del cuestionario con preguntas abiertas y concretas para establecer las conclusiones oportunas al estudio.

El cuestionario es el instrumento 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).

- **Diseño del cuestionario y selección de categorías**

El cuestionario realizado contiene una batería de cinco preguntas abiertas pero concretas que permitirán extraer cinco categorías. El cuestionario aparece cumplimentado por los cuatro cibermedios en el apartado de Anexos (Anexos 2, 3, 4 y 5). Las categorías relativas al cuestionario se trataron en una tabla de análisis de Excel (Anexo 6) que permitió extraer a través de una simplificación de datos cualitativos una comparativa entre la situación de los diferentes cibermedios así como la percepción de cada uno de los entrevistados:

1. Formación multimedia específica
2. Competencias del ciberperiodista
3. Perfiles periodísticos presentes en el medio
4. Demanda de polivalencia en los medios
5. Formación de los graduados en Periodismo

Con el objetivo de conocer si la formación que reciben los futuros periodistas responde o no a las demandas profesionales de las redacciones se realizó las siguientes 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?

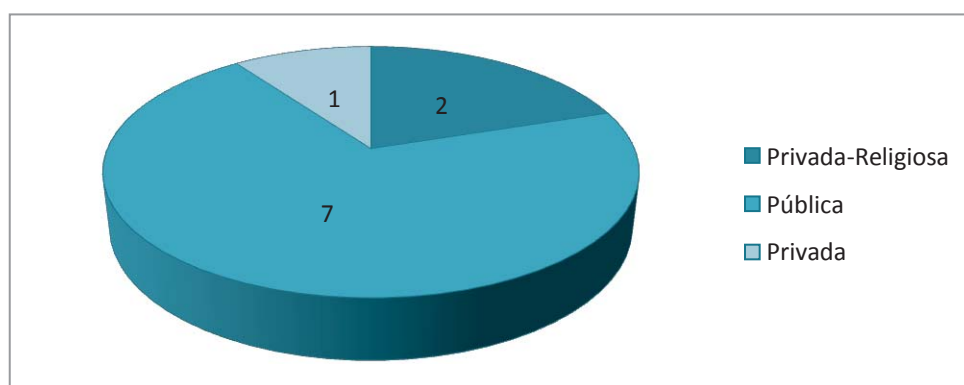
4.2. Resultados del análisis de contenido de las guías docentes de las universidades analizadas

Este apartado recoge la exposición de los resultados obtenidos a partir de la técnica empírica del análisis de contenido de las diez guías docentes de las diez asignaturas analizadas. La presentación de los datos se expone en primer lugar atendiendo a las categorías cuantitativas para extraer diferencias y similitudes entre las Universidades españolas. En segundo lugar se ofrecen los datos cualitativos que han sido tratados a través de una tabla de Excel que permite tratar cada una de las asignaturas y aplicar las categorías de estudio. De esta manera se han simplificado y reducido los datos de cada una de las guías docentes para facilitar su recopilación y análisis.

- **Titularidad de las universidades analizadas**

La muestra anteriormente detallada de diez universidades españolas ha tratado con siete universidades públicas, dos universidades privada-religiosas y una universidad privada (Gráfico 1).

Gráfico 1. Reparto del tipo de universidad que corresponde a la muestra.

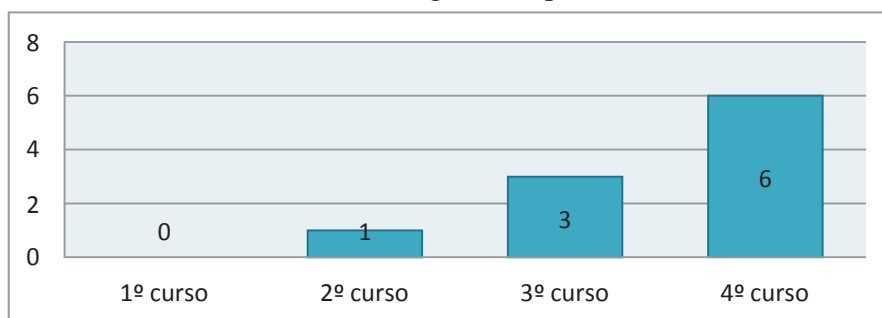


Fuente: Elaboración propia

- **Curso en el que se imparte las asignaturas analizadas**

Respecto a la categoría que estudia la distribución de las asignaturas por cursos muestra cómo ninguna de las asignaturas relacionadas con el Ciberperiodismo tanto por denominación como por contenido digital se oferta en el primer curso del grado. Seis asignaturas analizadas se imparten en el último curso del grado de Periodismo y el resto se reparte entre el segundo y tercer curso (Gráfico 2). Se puede concluir que la enseñanza del Periodismo Digital está enfocada a los últimos cursos del grado para preparar al alumno para que sea capaz de enfrentarse a la redacción multimedia que encontrará al finalizar el mismo.

Gráfico 2. Distribución de las asignaturas por cursos

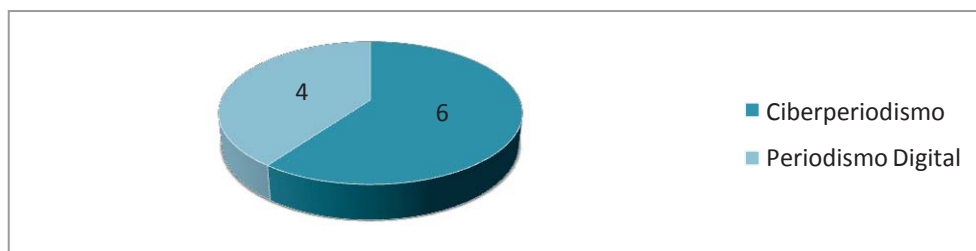


Fuente: Elaboración propia

- **Relación terminología y contenido de las asignaturas analizadas**

La tercera categoría refleja que a pesar de que el Ciberperiodismo es un elemento fundamental en la nueva forma de hacer Periodismo no aparece esta denominación expresa en la totalidad del plan docente de las universidades de la muestra. Es cierto que la mayoría de las asignaturas contienen la denominación de esta disciplina pero cuatro de las universidades ofertan asignaturas que relacionan su contenido con el Periodismo Digital y no poseen ninguna materia que esté enfocada totalmente a esta disciplina (Gráfico 3).

Gráfico 3. Distribución de asignaturas de Ciberperiodismo y asignaturas relacionadas en su contenido



Fuente: Elaboración propia.

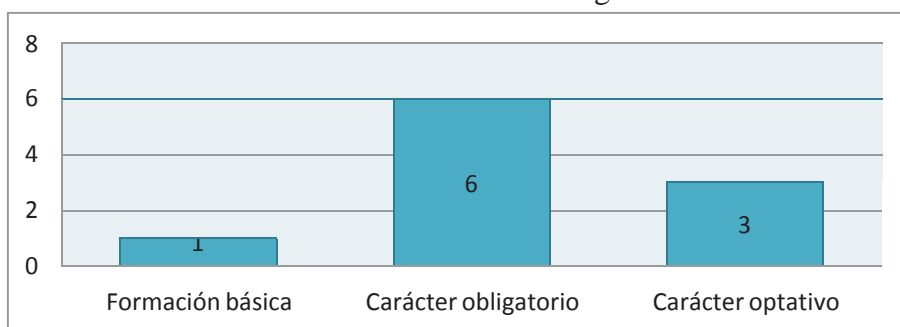
Las asignaturas relacionadas con la denominación de Ciberperiodismo son: Redacción Ciberperiodística, Innovación Cibernética en Periodismo, Teoría y Análisis de los Cibermedios y tres denominadas Ciberperiodismo.

Las materias que se relacionan con el contenido del Periodismo Digital son: Tecnologías de la Gestión Periodística de la Información Digital, Gestión de contenidos digitales y dos materias bajo el nombre de Periodismo Digital.

- **Carácter de las asignaturas analizadas**

Esta cuarta categoría se refiere al carácter de las asignaturas analizadas. Las asignaturas de formación básica son de carácter general dentro de una rama de conocimiento y según la normativa ministerial se imparten en los dos primeros cursos. Aquí encontramos una asignatura que resulta imprescindible en el grado de Periodismo. Es cierto que la mayoría de las asignaturas (seis) son obligatorias ya que responden a competencias específicas del título, por lo que deben de ser cursadas por todos los estudiantes. Sin embargo, los resultados muestran que el Ciberperiodismo no resulta imprescindible en el plan docente de la totalidad de materias analizadas ya que tres asignaturas digitales tienen un carácter optativo donde el alumno decide cursarlas o no dentro de la oferta disponible (Gráfico 4).

Gráfico 4. Distribución del carácter de las asignaturas analizadas



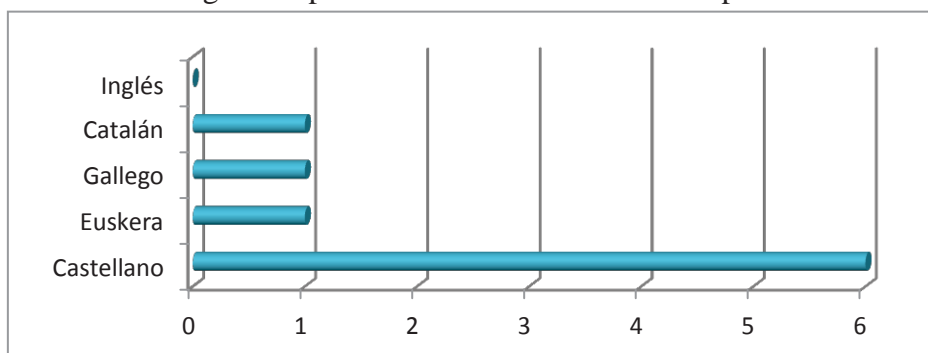
Fuente: Elaboración propia

- **Idioma en que se imparten las asignaturas en las universidades analizadas**

Esta categoría muestra cómo del total de asignaturas analizadas ninguna se imparte en lengua inglesa cuando varias de las guías docentes mencionan como objetivo o prerrequisito la comprensión lectora inglesa. Este idioma no está asentado, seis asignaturas se imparten exclusivamente en castellano, una asignatura añade el euskera y otra el imparte

esta materia en gallego además de en la lengua oficial de nuestro país. Se cuenta con una asignatura que se transmite exclusivamente en catalán lo que dificulta a los alumnos que desconozcan esta lengua escogerla dentro de las materias optativas ofertadas.

Gráfico 5. Lenguas empleadas en la docencia del Ciberperiodismo

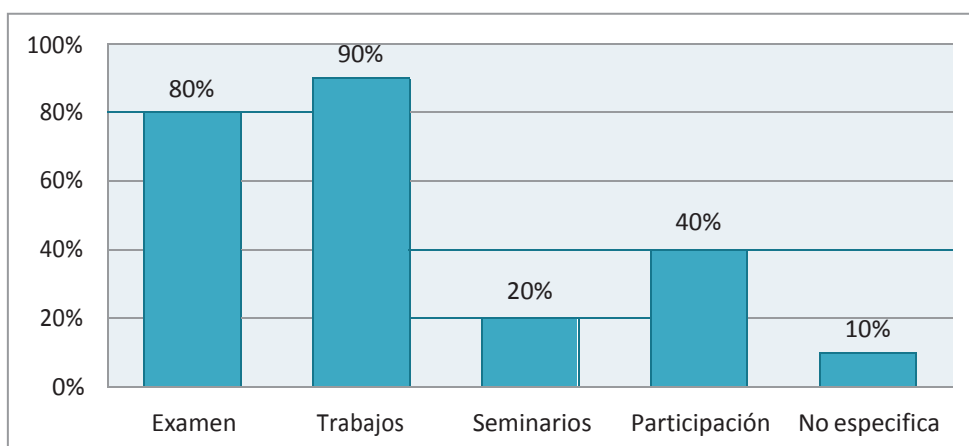


Fuente: Elaboración propia

- **Métodos de evaluación empleados en las guías docentes**

En este caso encontramos una guía docente que no especifica qué métodos de evaluación son empleados en la asignatura (Universidad de Santiago). A excepción de esta todas optan por incluir los trabajos prácticos en sus métodos docentes de evaluación lo que resulta fundamental para una asignatura digital que busca volcar contenido en la Red. Entre ellos encontramos la elaboración de páginas web evaluables, proyectos digitales en grupo y prácticas escritas. También se aprecia cómo ocho siguen optando por una evaluación de contenidos teóricos a partir de un examen, mientras que otros métodos como los seminarios y la participación son utilizados en menor medida como métodos de evaluación (Gráfico 6).

Gráfico 6. Métodos de evaluación utilizados en las guías docentes analizadas

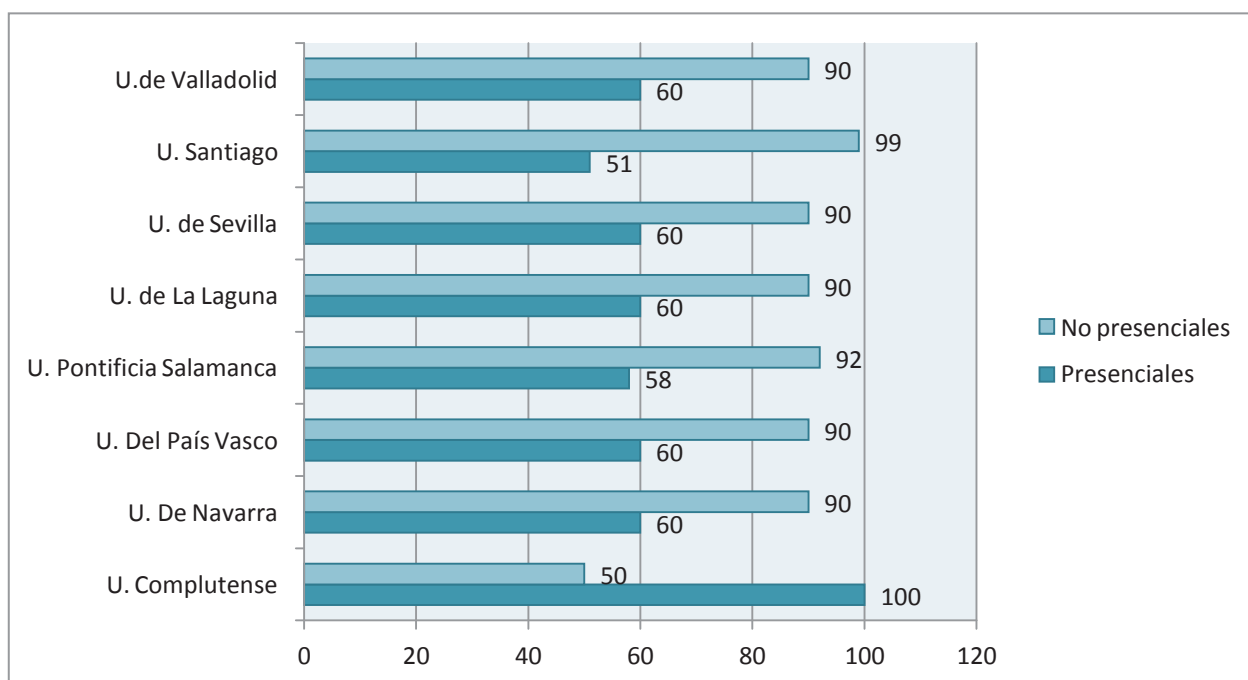


Fuente: Elaboración propia

- **Distribución de las horas en las actividades docentes**

Esta categoría distribuye las 150 horas que requieren las asignaturas de 6 créditos en el peso a las horas presenciales y no presenciales que presenta cada guía docente analizada. Son tres guías docentes las que no especifican esta distribución y a excepción de estas se aprecia cómo la mayoría de asignaturas opta por 60 horas presenciales y 90 horas no presenciales para repartir sus actividades docentes (Gráfico 7).

Gráfico 7. Distribución de las horas presenciales y no presenciales en las guías docentes



Fuente: Elaboración propia.

La Universidad Complutense en su asignatura relacionada con el Ciberperiodismo es la que opta por un mayor número de horas presenciales (100 horas) y en consecuencia la que menos horas dirige a actividades de trabajo particular del alumno (50 horas). Ninguna de las asignaturas analizadas dedica menos de 90 horas a las actividades presenciales.

- **Profesor responsable de impartir la asignatura**

A partir de la muestra seleccionada se ha elaborado una tabla con los profesores que imparten la asignatura relacionada con el Ciberperiodismo donde se coloca en primer lugar al profesor responsable de la disciplina (Tabla 11).

Tabla 11. Correspondencia Asignatura-profesor

UNIVERSIDAD ESPAÑOLA	ASIGNATURA SELECCIONADA	PROFESOR RESPONSABLE
Universidad Complutense	Tecnologías de la Gestión Periodística de la Información Digital	David Parra Valcarce Santiago María Martínez Arias Sergio Mena Muñoz
Universidad de Navarra	Ciberperiodismo	Ramón Salaverría Samuel Negrodo Bruna José Antonio Pérez Caro Eva Luis Garate
Universidad Autónoma de Barcelona	Gestión de Contenidos Digitales	Oscar Coromina Rodríguez
Universidad del País Vasco	Redacción Ciberperiodística	Koldobika Meso Ayerdi Iñigo Marauri Castillo Jesús Ángel Perez Dasilva Ainara Larrondo Ureta
Universidad Pontificia de Salamanca	Periodismo Digital	Fernando Martínez Vallvey
Universidad de La Laguna	Ciberperiodismo	Patricia Delponti Macchione
Universidad de Sevilla	Innovación Cibernética en Periodismo	José Manuel Gómez Méndez
Universidad de Santiago de Compostela	Teoría y Análisis de los Cibermedios	Xosé López García Xurxo Salgado Tejido
Universidad Europea Miguel de Cervantes	Periodismo Digital	José David Álvarez Alonso
Universidad de Valladolid	Ciberperiodismo	Eva Campos Domínguez Pilar Sánchez García

Fuente: Elaboración propia

- **Prerrequisitos establecidos para cursar la asignatura**

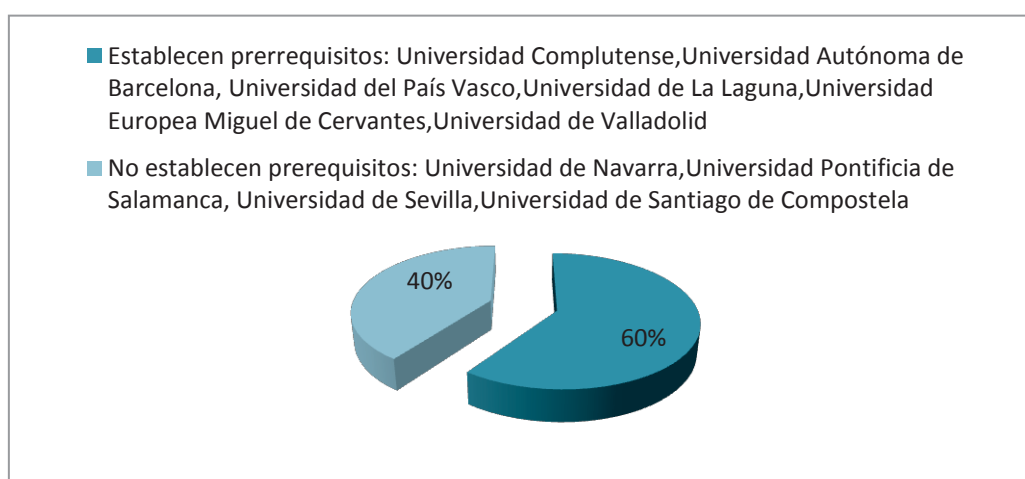
El conjunto de prerrequisitos marcados como esenciales para cursar las asignaturas analizadas se han reunido en el siguiente listado (Tabla 12) a través de una simplificación de los datos extraídos de las guías docentes analizadas con una tabla de Excel. Estos prerrequisitos son los que más coinciden en las guías docentes analizadas. Cabe mencionar que cuatro guías docentes no contemplan este apartado por lo que no contamos con su presencia en este resultado (Gráfico 9).

Tabla 12. Conjunto de prerrequisitos coincidentes en las guías docentes analizadas

PRERREQUISITOS
1. Conocimientos y contenidos previos establecidos en el grado.
2. Comprensión lectora en lengua inglesa.
3. Conocimientos en navegación web, redes sociales, fuentes, ofimática básica, lenguaje escrito y actualidad.
4. Conocimientos en comunicación audiovisual, lenguaje audiovisual y en edición digital.
5. Capacidades tecnológicas básicas
6. Conocimiento de los medios de comunicación; Análisis de los mensajes informativos y teorías de los medios.
7. Recomendaciones: conocimiento de la lengua española y conocimiento en fotografía.

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 9. Número de universidades que optan por establecer requisitos iniciales

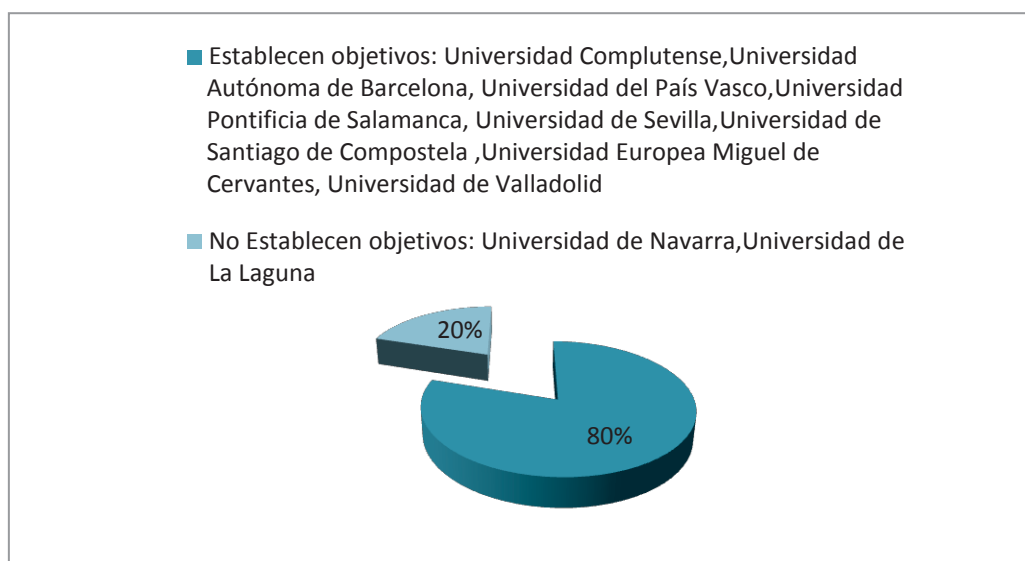


Fuente: Elaboración propia.

- **Objetivos marcados por las guías docentes.**

El estudio de los objetivos de las diez asignaturas en relación al Periodismo digital resulta interesante para conocer los hitos perseguidos. Estos se encuentran ligados a las competencias y contenidos que se consideran importantes en la formación de los periodistas de manera que la elección de unos u otros objetivos determinará en consecuencia el temario impartido. El corpus de esta investigación se diferencia nuevamente ya que dos guías docentes no marcan unos objetivos en su plan docente (Gráfico 10) por lo que no se tienen en cuenta en los resultados.

Gráfico 10. Número de universidades que marcan objetivos en sus guías docentes



Fuente: Elaboración propia.

El conjunto de los 12 objetivos prioritarios a las 8 guías docentes se recogen en el siguiente listado (Tabla 13) y se tendrán en cuenta para establecer similitudes y diferencias entre las asignaturas analizadas. Al igual que el listado de los prerrequisitos, se ha escogido los coincidentes entre la muestra.

Tabla 13. Conjunto de objetivos coincidentes en las guías docentes analizadas

OBJETIVOS
1. Conocer el peso de las NTIC en el mercado de información periodística.
2. Conocimiento para la puesta en marcha de proyectos digitales y medios de comunicación digitales.
3. Conocer los procesos técnicos de la comunicación de medios audiovisuales y los instrumentos tecnológicos así como las redes sociales.
4. Aprender los géneros en internet con perspectiva hipermedia, multimedia y participativa.
5. Reconocer las características, historia y evolución del Ciberperiodismo y los cibermedios.
6. Conocer los criterios de selección de noticias en internet.
7. Redacción para un medio digital. Creación de piezas informativas en lenguaje digital.
8. Aprender el papel de las nuevas narrativas y nuevas modalidades de mensajes.
9. Trabajar en grupo.
10. Aprender las características de los perfiles profesionales digitales.
11. Conocimiento y examen crítico de las fuentes.
12. Responsabilidad social.

Fuente: Elaboración propia

Estos objetivos establecen lo que el alumno deberá saber, saber hacer y conocer al finalizar la asignatura. La presente investigación propone esta lista de los objetivos que los docentes han considerado más relevantes (Tabla 14) de manera que se deduce lo que tratan de obtener las asignaturas. Al contar con dos guías docentes que no indican sus objetivos se ha podido obtener resultados gracias a la estrecha relación con las competencias establecidas y los contenidos teóricos y prácticos. Por ello se han tomado un total de tres categorías para extraer resultados concluyentes (objetivos, competencias y contenidos).

Tabla 14. Análisis comparativo de los objetivos establecidos en la

OBJETIVOS (Obtenidos a través de los objetivos, competencias y contenidos).	Tecnologías de la Gestión Periodística de la Información Digital (Universidad Complutense de Madrid)	Ciberperiodismo (Universidad de Navarra)	Gestión de Contenidos Digitales (Universidad Autónoma de Barcelona)	Redacción Ciberperiodística (Universidad del País Vasco)	Periodismo Digital (Universidad Pontificia de Salamanca)	Ciberperiodismo (Universidad de Laguna)	Innovación Cibernética en Periodismo (Universidad de Sevilla)	Teoría y Análisis de los Cibermedios (Universidad de Santiago de Compostela)	Periodismo Digital (Universidad Europea Miguel de Cervantes)	Ciberperiodismo (Universidad de Valladolid)
1. Conocer la importancia de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación	X	X	X		X	X	X	X	X	X
2. Elaborar proyectos digitales	X	X	X	X	X	X		X	X	X
3. Conocer procesos técnicos y herramientas tecnológicas (Redes sociales)	X	X	X		X	X	X		X	X
4. Aprender los géneros en internet		X		X	X	X				X
5. Historia, características y evolución del Ciberperiodismo y cibermedios	X	X		X	X	X		X		X
6. Criterios de selección de noticias para la Red		X			X	X		X	X	X
7. Redacción en lenguaje digital	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
8. Conocer las nuevas narrativas	X	X		X	X	X		X	X	X
9. Saber trabajar en grupo	X	X	X					X	X	X
10. Conocer los nuevos perfiles profesionales	X					X				X
11. Conocimiento crítico de las fuentes		X	X		X	X	X			X
12. Responsabilidad social		X		X		X			X	X

Fuente: Elaboración propia

Como muestra la Tabla 14, los objetivos que más buscan llevarse a cabo en las diez asignaturas analizadas y que por tanto, parecen esenciales en la formación del ciberperiodista, son:

1. Conocer la importancia de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.
2. Elaborar proyectos digitales.
3. Conocer procesos técnicos y herramientas tecnológicas (redes sociales).
4. Redacción en lenguaje digital.
5. Conocer las nuevas narrativas.

Este estudio permite concluir que la asignatura de Ciberperiodismo de la Universidad de Valladolid es la más completa en relación a los criterios marcados en la presente investigación ya que tanto sus objetivos (aquello que buscan obtener al finalizar la asignatura), las competencias estipuladas para el alumno y el temario impartido cumple todos los requisitos. Encontramos dos asignaturas más con la denominación expresa de Ciberperiodismo que están muy cerca de cumplir todos: en primer lugar la referida a la Universidad de La Laguna que no contempla el trabajo en grupo y en segundo lugar la de la Universidad de Navarra que no especifica la enseñanza de los perfiles periodísticos.

- **Las competencias del ciberperiodista establecidas en las guías docentes**

En el marco teórico de la presente investigación definimos el concepto de competencia siguiente el documento DESECO¹ como "una habilidad para llevar a cabo tareas con éxito". Resulta fundamental que la docencia de este nuevo escenario laboral contemple las competencias que ha de poseer un ciberperiodista para ejercer de manera eficaz su trabajo. Por ello a través de Jaraba (2006) tomaremos las cinco competencias establecidas a esta mediación y las buscaremos en las diez guías docentes (Tabla 15) para descubrir la variación entre las universidades españolas analizadas. Este profesor del Departamento de Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona establece en su blog personal las cualidades del ciberperiodista como colaboración a la tesis doctoral de Santiago Tejedor mencionada en el marco teórico de la presente investigación.

¹ Nombre que recibe el Proyecto de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) que define las competencias esenciales para la vida de las personas y el buen funcionamiento de la sociedad.

Estas competencias volverán a definirse a continuación para explicar qué competencias se han tenido en cuenta en cada guía docente para incluirlas en las siguientes categorías:

1. Competencias redaccionales: 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 micromedios 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.

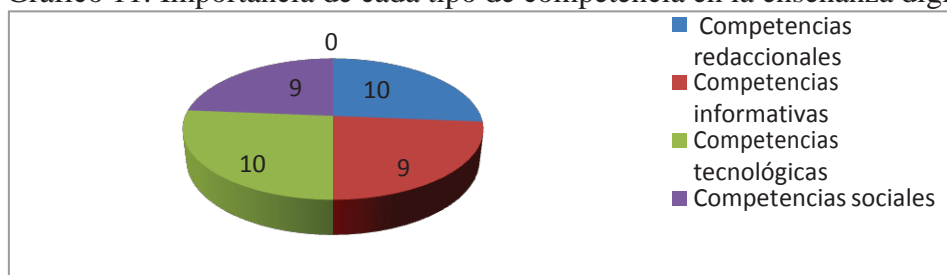
Tabla 15. Competencias ciberperiodísticas contempladas en las asignaturas

COMPETENCIAS DEL CIBERPERIODISTA	Asignaturas										
	Tecnologías de la Gestión Periodística de la Información Digital (Universidad Complutense de Madrid)	Ciberperiodismo (Universidad de Navarra)	Gestión de Contenidos Digitales (Universidad Autónoma de Barcelona)	Redacción Ciberperiodística (Universidad del País Vasco)	Periodismo Digital (Universidad Pontificia de Salamanca)	Ciberperiodismo (Universidad de Laguna)	Innovación Cibernética en Periodismo (Universidad de Sevilla)	Teoría y Análisis de los Cibermedios (Universidad de Santiago de Compostela)	Periodismo Digital (Universidad Europea Miguel de Cervantes)	Ciberperiodismo (Universidad de Valladolid)	
1. Competencias redaccionales.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
2. Competencias informativas.	X	X	X		X	X	X	X	X	X	
3. Competencias tecnológicas.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
4. Competencias sociales.	X	X	X	X	X	X	X		X	X	
5. Competencias humanísticas.											

Fuente: Elaboración propia

La totalidad de las guías docentes contempla las competencias redaccionales y tecnológicas por lo que resultan imprescindibles en la formación del ciberperiodista. La asignatura de Redacción Ciberperiodística no menciona habilidades informativas en su guía docente y la materia Teoría y Análisis de los Cibermedios no tiene en cuenta las competencias sociales. Ninguna de las asignaturas de la muestra promueve las competencias humanísticas en su plan docente (Gráfico 11).

Gráfico 11. Importancia de cada tipo de competencia en la enseñanza digital.



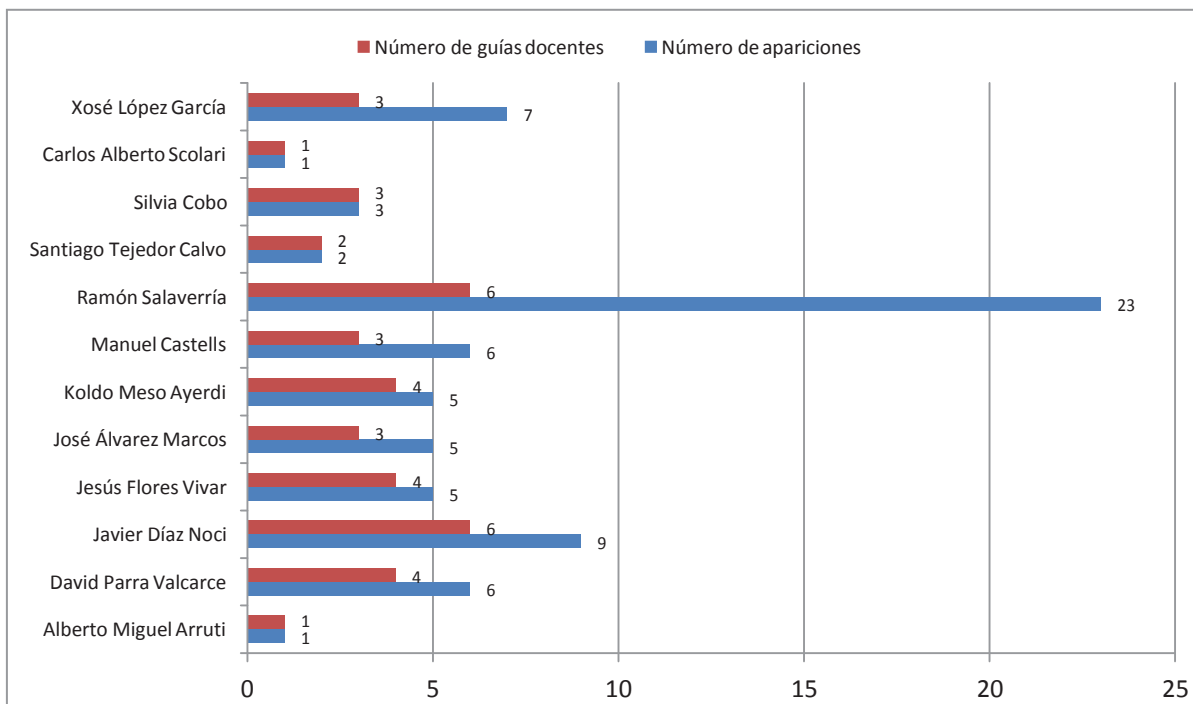
Fuente: Elaboración propia

- **Referencias bibliográficas dominantes en las guías docentes**

A continuación se expone el listado obtenido del recuento de la bibliografía empleada en cada guía docente (Gráfico 12). Se ha tenido en cuenta en primer lugar el

número de veces que se cita el trabajo de un autor y en segundo lugar el número de guías docentes en las que aparece dicho autor.

Gráfico 12. Autores más citados en la bibliografía de las guías docentes analizadas



Fuente: Elaboración propia.

Más de la mitad de las guías docentes coinciden en el empleo de fuentes documentales en sus bibliografías de Ramón Salaverría que destaca claramente con 23 apariciones en seis guías docentes de la muestra. Javier Díaz Noci también tiene su presencia en seis guías docentes pero en esta ocasión en nueve ocasiones y de cerca David Parra Valcarce se encuentra en cuatro bibliografías en seis ocasiones. Sin embargo, no existe un acuerdo bibliográfico en la totalidad de las materias digitales ya que no se encuentra ningún autor común empleado en todas las guías docentes.

4.3. Resultados del cuestionario a cibermedios españoles

Los resultados del segundo análisis empírico centrado en el cuestionario reflejan la visión de responsables de cuatro cibermedios españoles, en concreto dos jefes de redacción y dos subdirectores. Los resultados han sido tratados en una tabla de Excel (Anexo 6) para extraer datos concretos donde se ha simplificado la batería de preguntas en las siguientes unidades categoriales:

1. Formación multimedia específica.
2. Competencias del ciberperiodista.
3. Perfiles periodísticos presentes en el medio.
4. Demanda de polivalencia en los medios.
5. Formación de los graduados en Periodismo.

A continuación se desarrollan las respuestas de los cuatro entrevistados extraídas en las cinco categorías anteriormente mencionadas para tener un conocimiento más amplio de sus consideraciones a través del cuestionario realizado:

- **Formación multimedia específica.**

Resulta interesante conocer si los entrevistados, al trabajar como periodistas en un medio nativo digital, cuentan con una formación multimedia específica para el desarrollo de su trabajo en este nuevo ecosistema digital que vuelva 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 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. 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 comenta que no ha recibido ninguna formación específica relevante posterior. Su formación digital parte de sus propios esfuerzos por aprender.

En último lugar, la respuesta de Vicente Ferrer Molina, subdirector de *El Español*, es la de que no posee tampoco una formación multimedia específica. Comenta que los periodistas no nativos digitales tienen que asumir el reto de moverse en un ecosistema distinto y adaptarse.

- **Competencias del ciberperiodista.**

La segunda cuestión fundamental para esta investigación es la opinión de los entrevistados acerca de las competencias (en función de habilidades) que debe poseer un periodista 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. Afirma que las nuevas tecnologías obligan 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. El ciberperiodista tendrá más oportunidades que aquel que no tenga esas habilidades. Pero junto a ese adiestramiento es imprescindible una formación que dote al profesional de espíritu crítico.

- **Perfiles periodísticos presentes en el medio**

Este presente Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo averiguar los perfiles del ciberperiodista. Por ello se ha pedido a los entrevistados citar los nuevos perfiles presentes en sus cibermedios.

Daniel Arjona Rubio (*El Confidencial*) afirma que existen nuevos perfiles en su medio. Aparece 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: el periodista ya no se limita a ser un redactor que escribe un texto y lo publica. Encontramos periodistas de redes sociales, con un perfil enfocado más a vídeos, a análisis de datos, a participación, a analítica. Considera que un periodista online debe saber manejar todos esos conceptos, pero siempre se requerirá periodistas especializados que complemente la pura publicación de artículos.

Carmelo Jordá (*Libertad Digital*) cita periodistas especializados en integración de soporte audiovisual en la información escrita. Comenta también la existencia de periodistas capaces de trabajar con naturalidad –y a veces casi simultáneamente- con imágenes, sonidos y textos. Y por último habla 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. Con el auge de Facebook Live, los *community manager* de su medio se han convertido, prácticamente, en presentadores de televisión: de estar detrás de la pantalla, han pasado a estar delante y a hacer entrevistas y probar nuevos formatos.

- **Demanda de polivalencia en los medios**

La cuarta categoría extraída de la batería de preguntas se refiere a 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, & 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. Su polivalencia se refiere a lo que nombra como "el redactor de 2017" que deberá manejar vídeos, audios, herramientas digitales, redes sociales, datos, etc. El subdirector de este cibermedio

comenta que cada historia requiere de una narrativa específica donde la infografía resulta vital para aportar más valor.

Carmelo Jordá (*Libertad Digital*) comenta brevemente 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*) afirma que la demanda de las dos figuras: periodista "polivalente" y "trabajador multimedia tanto a nivel técnico como formativo. Se justifica con el hecho de que manejar conocimientos de varias disciplinas proporcionará al periodista más oportunidades así como si es capaz de entender una cuenta de resultados y un ensayo filosófico, será preferible a que sólo tenga una formación económica.

- **Formación de los graduados en Periodismo**

Daniel Arjona Rubio (*El Confidencial*) comenta que la formación en el grado de Periodismo resulta francamente inadecuada. Considera que los estudios de Periodismo actuales "dejan mucho que desear" y están a años luz de la actividad real de los medios de comunicación en red de hoy. Apunta que un día en una redacción digital vale por toda una licenciatura de Periodismo.

Guillermo Rodríguez Díaz (*HuffingtonPost*) tampoco considera adecuada la formación del grado de Periodismo. Afirma que los estudiantes llegan a las redacciones con escasos conocimientos de actualidad y muy pocos de Internet, más allá de Facebook, Instagram y, en casos contados, Twitter. 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 en periodismo siempre extraordinariamente deficiente y a pesar de los cambios en la profesión esta situación continúa y considera incluso el nivel más deficiente. Comenta las carencias teóricas y prácticas y afirma que se fomenta una imagen irreal de la profesión y del mercado de trabajo. Concluye que existen 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. Añade que las

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

Las respuestas al cuestionario se encuentran en su totalidad en los Anexos (2, 3, 4 y 5) de este Trabajo de Fin de Grado. A continuación se muestra una comparativa entre las opiniones de cada uno de los periodistas que cumplimentaron el cuestionario (Tabla 16).

Tabla 16. El Ciberperiodismo en las redacciones de los medios nativos digitales

CIBERMEDIO	<i>El Confidencial</i>	<i>HuffingtonPost</i>	<i>Libertad Digital</i>	<i>El Español</i>
PERIODISTA	Daniel Arjona	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 dada por la experiencia.	La autoformación: investigar, fallar y acertar.	Autoformación digital.	No formación multimedia específica. Adaptación al ecosistema digital.
Competencias 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.	Es un periodista adaptado a las nuevas tecnologías. Competencias específicas: 1. Narración en cualquier lenguaje. 2. Manejo de redes sociales. 3. Manejo de vídeos. 4. Espíritu crítico.
Perfiles periodísticos presentes en el medio	1. Periodista experto en redes sociales. 2. Periodista especialista en Seo y buscadores. 3. Periodista atrevido con una nueva perspectiva.	Infinitos perfiles: 1. Periodistas en redes sociales. 2. Periodista de vídeos. 3. Periodista de análisis de datos. 4. Periodista de Participación. 5. Periodista de Analítica.	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. <i>Community manager</i> - presentadores de televisión.
Demanda de polivalencia en los medios	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": 1. Fotógrafo 2. Conocimientos varias disciplinas 3. Ensayo filosófico 4. No formación específica (económica)- formación general.

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). Teoría, falta de práctica. Clases no sirven para entorno digital.	Formación muy deficiente (ahora más con el cambio de la profesión). Carencias teóricas y prácticas. No imagen real de la profesión y mercado.	Formación Correcta nivel teórico y técnico. Falta de experiencia: universidades más implicadas con las redacciones.
--	---	--	---	---

Fuente: Elaboración propia.

Ninguno de los entrevistados cuenta con una formación específica digital, todos se han adaptado a la presente situación ciberperiodística con la autoformación en sus cibermedios. 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.

En cuanto a las competencias que esperan del ciberperiodista, 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 sin embargo 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.

Todos los entrevistados nombran un perfil de periodista especialista en redes sociales y nuevamente en los medios se ven distintos perfiles presentes. En *El Confidencial* se añade el periodista especialista en Seo y buscadores y el perfil de un periodista atrevido con una nueva perspectiva. 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 presenta una nueva figura de *community manager* que se ha transformado en presentadores de televisión debido al auge de Facebook Live.

En cuanto a la demanda de polivalencia tratan los términos de periodista "polivalente", "redactor 2017" y periodista "multitarea" que deben tener un manejo amplio de conocimientos. Entre estos entendimientos destacan el manejo de vídeos, audios, herramientas digitales, fotografía y la importancia de una formación general y no específica en un ámbito concreto.

Por último, tres de los entrevistados consideran que la formación en el grado de Periodismo resulta inadecuada, insuficiente y deficiente. Por su parte, Vicente Ferrer Molina (*El Español*) la considera correcta a nivel teórico y técnico pero critica la falta de experiencia práctica.

4.4. Análisis comparativo entre las guías docentes y la percepción de los ciberperiodistas

Uno de los objetivos de la presente investigación es comprobar si existe ajuste o no entre los planes de estudio y las necesidades prácticas en las redacciones. Para corroborar este aspecto es necesario conocer los nuevos perfiles presentes en estos cuatro medios digitales y verificar cuántas asignaturas inculcan conocimientos acerca de estas profesiones. En segundo lugar interesa comparar las competencias que figuran en las asignaturas relacionadas con el Ciberperiodismo con las respuestas emitidas por la percepción de los periodistas entrevistados acerca de cuáles deben de ser estas habilidades que debe poseer la figura del ciberperiodista. De esta manera se comprobará si se aplican las competencias que aparecen en estas asignaturas que buscan preparar al futuro ciberperiodista para enfrentarse a las redacciones de los cibermedios.

En relación a los perfiles periodísticos uno de los objetivos marcados por las guías docentes era el de aprender las características de los perfiles profesionales digitales y sólo tres asignaturas contemplan este aspecto: Tecnologías de la Gestión Periodística de la Información Digital (Universidad Complutense de Madrid), Ciberperiodismo (Universidad de La Laguna) y Ciberperiodismo (Universidad de Valladolid). A partir de las repuestas de los periodistas se ha elaborado el siguiente listado de los perfiles presentes en sus cibermedios que deberían enseñarse en las aulas:

1. *Community manager*: periodista experto en redes sociales.
2. Periodista especialista en Seo y buscadores.
3. Periodista atrevido con una nueva perspectiva.
4. Periodista de soporte audiovisual.
5. Periodista de análisis de datos.
6. Periodista de participación.
7. Periodista de analítica.

Los perfiles presentes en las redacciones no aparecen en el temario de las guías docentes que tienen presente su enseñanza. En el caso de la asignatura Tecnologías de la Gestión Periodística de la Información Digital (UCM) solo imparte contenido acerca de la figura del *community manager* y su incidencia potencial en el mercado digital de la información periodística al igual que la materia Ciberperiodismo (ULL) que contempla también únicamente este nuevo perfil del periodista. La tercera asignatura es la de Ciberperiodismo (UVa) que no especifica el contenido de su temario teórico que aparece como: Los nuevos perfiles profesionales y las rutinas periodísticas por lo que no podemos extraer resultados claros de cuántos perfiles presentes en los cibermedios se tienen en cuenta.

Para comparar las competencias se ha procedido a elaborar el siguiente listado de habilidades que deberían tenerse en cuenta en las guías docentes para la formación del futuro ciberperiodista a través de las respuestas obtenidas:

1. Rapidez, atención dispersa.
2. Capacidad de encontrar un enfoque inesperado para contar historias.
3. Excelente redacción.
4. Capacidad de comunicación.
5. Dominio absoluto de Internet.
6. Entendimiento claro de las virtudes y defectos del periodismo en Internet.
7. Capacidad de manejar nuevos formatos informativos, combinación de un trabajo escrito y audiovisual.
8. Capacidad de narrar en cualquier lenguaje
9. Manejo de las redes sociales.
10. Capacidad para la producción de vídeos.
11. Posesión de un espíritu crítico.

La demanda de las competencias del ciberperiodista que se deduce en los cuestionarios resulta coincidente con las competencias previstas en las guías docentes analizadas. Los cibermedios consideran vitales las competencias redaccionales, informativas, tecnológicas y sociales al igual que la formación docente en el grado de Periodismo. Por ello se concluye que sí existe un ajuste en cuanto a las competencias requeridas.

Sin embargo, los profesionales consideran que la formación en el grado resulta insuficiente e inadecuada a la presente situación digital donde la profesión se encuentra en un continuo cambio. Justifican la necesidad de un mayor número de horas de formación práctica y de convenios con las redacciones, tal y como sostiene Daniel Arjona Rubio, redactor jefe de Cultura de *El Confidencial*: "Un día en una redacción digital vale por toda una licenciatura de Periodismo". Aunque directamente no puede desprenderse esta información en las guías docentes se percibe que la enseñanza en las aulas no está suficientemente adaptada a las necesidades de la profesión periodística de hoy en día.

5. Conclusiones

La contextualización teórica y los resultados obtenidos en el análisis empírico permiten confirmar que se ha cumplido el objetivo principal del presente Trabajo Fin de Grado. Este objetivo era el de analizar la relación entre la enseñanza del Ciberperiodismo y las necesidades prácticas en los medios nativos online y para alcanzarlo se ha realizado una comparativa entre los resultados obtenidos del análisis de las guías docentes y de las respuestas de los responsables de la sección digital de medios nativos online. Además se dan por cumplidos los objetivos secundarios de conocer el plan de estudios de las asignaturas relacionadas con el Ciberperiodismo, de corroborar la adaptación de la figura de periodista "polivalente" en los cibermedios analizados y de averiguar los nuevos perfiles que surgen en estos medios nativos digitales.

La primera hipótesis (H.1) referida a la adaptación del plan de estudios de la asignatura en relación al Ciberperiodismo a la situación digital se confirma pero sólo en parte. Es cierto que la mayoría de facultades analizadas con estudios de Periodismo enfoca sus asignaturas a los últimos cursos del grado para preparar al alumno a enfrentarse a una redacción multimedia pero aún no aparece la denominación expresa de Ciberperiodismo en la totalidad de las materias que relacionan su contenido con el Periodismo Digital. De manera que se puede decir que existe una oferta sin delimitar y heterogénea en este sentido.

La subhipótesis primera (h.1) aludía a la disparidad entre los objetivos, competencias y contenidos entre las guías docentes de las asignaturas relacionadas con el Ciberperiodismo y queda confirmada en parte. La estrecha relación entre las competencias, contenidos y objetivos ha permitido extraer pautas comunes que las materias digitales siguen en mayor o menor medida, por lo que encontramos coincidencias entre la muestra pero aún quedan por unificar criterios de todos los planes docentes. Entre los aspectos en los que hay más disparidad encontramos el conocimiento de los nuevos perfiles profesionales, la enseñanza de los géneros en internet y la importancia de la responsabilidad social.

En relación a la cuestión del asentamiento de la figura del periodista "polivalente" en los cibermedios (H.2) se ha comprobado que esta segunda hipótesis queda verificada. Todos los medios nativos online analizados cuentan con periodistas capaces de

desempeñar destrezas para realizar noticias en varios soportes y nombran a esta figura con términos como "polivalente", "multitarea" y "el redactor de 2017".

La segunda subhipótesis (h.2) defendía que existe una relación entre los perfiles desarrollados en las redacciones digitales de diferentes medios nativos online y queda refutada. Los periodistas entrevistados destacan la incorporación del especialista en redes sociales y este perfil se presenta en todos los cibermedios, sin embargo, en estas cuatro redacciones aparecen diferentes perfiles por lo que no existe una unificación en este aspecto.

Una vez confirmadas y refutadas las hipótesis expuestas en la presente investigación se pueden desgranar siete conclusiones concretas extraídas del análisis empírico realizado. De esta manera este Trabajo de Fin de Grado desglosa resultados de la docencia de asignaturas relacionadas con el Ciberperiodismo y de la adaptación al nuevo ecosistema digital por parte de las redacciones de los cibermedios españoles:

1. **La falta de homogeneidad entre los planes de estudio de las universidades españolas que incluyan la denominación exclusiva de Ciberperiodismo en sus materias.** Es cierto que seis materias incluyen esta designación pero cuatro no contemplan la importancia de esta disciplina de manera que establecen una relación en torno a su contenido y se refieren a Tecnologías de la Gestión Periodística de la Información Digital, Gestión de Contenidos Digitales y dos materias de Periodismo Digital.
2. **El estudio del Ciberperiodismo aún no resulta imprescindible en los programas analizados de Periodismo.** Aunque en una mayoría son materias obligatorias, existe una presencia de tres asignaturas de la muestra con un carácter optativo por lo que no se considera aún formación obligatoria prioritaria.
3. **La importancia de la evaluación práctica en las materias.** Resulta fundamental para estas asignaturas digitales la inclusión de trabajos prácticos tales como elaboración de páginas webs, proyectos digitales y prácticas escritas para Red. Todas las asignaturas optan por incluir este sistema de valoración.
4. **Las asignaturas con la denominación expresa de Ciberperiodismo de la Universidad de Valladolid, Universidad de La Laguna y la Universidad de Navarra resultan las más completas y adecuadas para la presente situación mediática digital.** A través de la propuesta de los objetivos comunes y más

coincidentes entre las docentes se concluye que estos en combinación de las competencias y contenidos se contemplan en casi la totalidad en estas materias.

5. **Los ciberperiodistas entrevistados no cuentan con una formación multimedia específica a pesar de sus altos cargos en los medios nativos digitales.** Todos coinciden con la formación autodidacta dada por la experiencia, el tiempo invertido y la adaptación al ecosistema digital.
6. **Los responsables de medios digitales señalan deficiencias prácticas en la formación periodística actual.** Consideran que la docencia en el grado de Periodismo resulta inadecuada, insuficiente y deficiente con una crítica a la falta de experiencia práctica.
7. **Existe relación entre el aula y la redacción en cuestión de las competencias del ciberperiodista pero no tanto en los perfiles profesionales.** La demanda de las habilidades del ciberperiodista deducida de los cuestionarios resulta coincidente con las previstas en las guías profesionales. Tanto en el aula como en la redacción es vital poseer competencias redaccionales, informativas, tecnológicas y sociales. Sin embargo no existe un ajuste entre los planes de estudio y las necesidades profesionales. Sin ir más lejos, solo tres asignaturas de la muestra contemplan la enseñanza de los perfiles periodísticos y en estas guías docentes solo aparece contenido acerca de la figura del *community manager* por lo que se descarta la importancia del resto de roles presentes en los cibermedios de la presente investigación.

En definitiva, la docencia del Ciberperiodismo se puede considerar que se encuentra en un proceso de adaptación como demuestra el hecho de disparidad de oferta con esta materia en las universidades españolas. Aún no se presentan todos los contenidos fundamentales para la formación completa del futuro ciberperiodista que se encontrará con una redacción digital al terminar el grado. Los cibermedios analizados entienden la figura de un "periodista polivalente" como imprescindible y consideran que la docencia resulta insuficiente para su desarrollo y trabajo en los medios nativos online.

Los resultados de esta investigación no pueden extrapolarse a la totalidad de las asignaturas relacionadas con el Ciberperiodismo de las universidades que ofertan el grado en Periodismo para comprobar si hay una mayor disparidad en la totalidad en España. La investigación se cierra consciente de que cuenta con limitaciones como una muestra reducida de cuatro cibermedios españoles. Estas propias limitaciones se podrían intentar

subsana en investigaciones futuras ya que sería conveniente seguir estudiando la visión del resto de cibermedios y su adaptación al ecosistema digital. Este estudio pretende abrir un camino a siguientes investigaciones que crean conveniente seguirlo y extenderlo a la apreciación de los propios docentes del Periodismo Digital y a la percepción de los alumnos en cuanto a las competencias que desarrollan al cursar esta asignatura. Sería relevante realizar un estudio que profundice en de las habilidades del ciberperiodista que demanda nuestra sociedad de la información y la comunicación, analizarlas y en base a ellas, construir todo el andamiaje educativo en las aulas de las facultades de Periodismo. Esto podría traducirse en un intercambio de conocimientos entre ambos ámbitos que permita una formación adecuada del futuro periodista para enfrentarse al trabajo en los medios de comunicación, de manera que se estrechen lazos entre el aula y la redacción.

6. Referencias bibliográficas

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA). Libro Blanco de la ANECA (2005). *Títulos de Grado en Comunicación*. Madrid: Aneca.

Aparicio, A.; Palacios, W. D.; Martínez, A. M.; Angel, I.; Verduzco, C., & Retana, E. (2008). *El cuestionario: métodos de investigación avanzada*. 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) [Fecha de consulta: 5 de mayo de 2017].

Armañanzas, E. (2012). "Docencia del ciberperiodismo: estrategias para una simulación eficaz". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol 18, pp. 77-85.

Berrocal, S., Campos-Domínguez, E. & Redondo, M. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política el «politainment» en YouTube. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana De Comunicación y Educación*, (43), pp. 65-72. Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=43-2014-06> [Fecha de consulta: 1 de diciembre de 2016].

Casero Ripollés, A. & Cullell-March, C. (2013): Periodismo emprendedor. Estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 19, Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 681-690. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/42151/40130> [Fecha de consulta: 1 de diciembre de 2016].

Critto, A. (1982). *El método científico en las Ciencias Sociales*. Buenos Aires-Barcelona: Paídos.

Díaz Noci, J. (2008). Ciberperiodismo, investigación y docencia: una oportunidad única, *Anàlisi*, Vol. 36, pp. 41-51.

Díaz Noci, J. (2008). Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital, *doxa.comunicación*, Vol. 6, pp. 53-91.

Flores Vivar, J. y Arruiti, A. M. (2001). *Ciberperiodismo: Nuevos enfoques, conceptos y profesiones en el mundo digital*. Madrid: Limusa.

Flores Vivar, J. y Arruiti, A. M. (2017). *Los elementos del ciberperiodismo*. Madrid: Síntesis.

Igartua, J. J. & Humanes, M. L. (2004). El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. *Portal de la Comunicación InCom-UAB · Lecciones del portal*.

IVARS NICOLÁS, B. (2014). Las herramientas web en la enseñanza y aprendizaje del ciberperiodismo en las universidades de la Comunidad Valenciana. Recuperado de: <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/1707/1/TESIS%20Ivars%20Nicol%c3%a1s%2c%20B.%20Las%20herramientas%20Web%20en%20la%20ense%3%blanza%20del%20ciberperiodismo%20en%20la%20C.V.pdf> [Fecha de consulta 5 Abril 2017].

Jaraba, G. (2006). *Cualidades y formación del ciberperiodista*. [online] Disponible en: http://gabrieljaraba.typepad.com/gabriel_jaraba_periodista/2006/01/cualidades_y_fo.html [Fecha de consulta 19 Abril 2017].

LD / Agencias (2015). *El nuevo diario de Pedro J. Ramírez se llamará 'El Español' y llegará en otoño*. Libertad Digital. Recuperado de: <http://www.libertaddigital.com/espana/2015-01-01/el-nuevo-diario-de-pedro-j-ramirez-se-llamara-el-espanol-y-llegara-en-otono-1276537153/> [Fecha de consulta 19 Abril 2017].

López García, X. (2008). *Ciberperiodismo en la proximidad*. Sevilla: Comunicación Social.

López García, X. (2012). La formación de los periodistas para los entornos digitales actuales. *Revista de comunicación de la Universidad de Piura*. N.º 11. Pp. 178-195. Recuperado de: <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31957951/peru.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1497883953&Signature=VN%2ByxoViTqqAegMKMhG79uRcP8s%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLa%20formacion%20de%20los%20periodistas%20para%20los.pdf> [Fecha de consulta 19 Abril 2017].

Martín Bernal, O. (2009). Educación 2.0. Horizontes de la innovación en la escuela. *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*, 78. Recuperado de: <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=1&rev=78.htm> [Fecha de consulta: 15 de abril de 2017].

MARTÍNEZ RUÍZ, A. y SAULEDA PARÉS, N. (2007). *Terminología relativa al espacio europeo de educación superior*. Alicante: Universidad de Alicante. Ed. Marfil, S.A.

Meso Ayerdi, K. (2006) *Introducción al ciberperiodismo: breve acercamiento al estudio del periodismo en Internet*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

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.

Piñuel Raigada, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas de análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3, (1), pp. 1-42.

PRISA (2017). *El Huffington Post*. Recuperado de: <https://www.prisa.com/es/info/huffington-post> [Fecha de consulta: 15 de abril de 2017].

Salaverría, Ramón. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Navarra: Ariel.

Salaverría, R., & García-Avilés, J. A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, 23, pp 31-47.

Sánchez-García, P. & Campos-Domínguez, E. (2016). La formación de los periodistas en nuevas tecnologías antes y después del EEES: El caso español. *Trípodos*, nº 38, pp. 161-179.

Sánchez-García, P.; Campos-Domínguez, E. & Berrocal Gonzalo, S.(2015): Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 187-208. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1042va/12es.html> [Fecha de consulta 18 de marzo 2017].

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*. Vol. 13, núm. 25, pp. 37-60.

Tejedor, S. (2008a). Ciberperiodismo y universidad: diagnósticos y retos de la enseñanza del periodismo online. *Anàlisi*, Vol. 35, pp. 25-39.

Tejedor, S. (2008b). La enseñanza del ciberperiodismo en las materias de producción periodística de las licenciaturas de Periodismo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 14, pp. 617-630.

Tejedor, S. & Pérez Tornero, J. M. (2006). *La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de periodismo en España*. Universitat Autònoma de Barcelona.

7. Anexos

Anexo 1. Modelo de tabla de análisis completa empleada en las guías docentes analizadas

ASIGNATURA	TECNOLOGÍAS DE LA GESTIÓN PERIODÍSTICA DE LA INFORMACIÓN DIGITAL			
UNIVERSIDAD	Universidad Complutense			
TIPO DE UNIVERSIDAD	Privada-Religiosa []	Pública [x]	Privada []	
CURSO	1º []	2º []	3º []	4º [x]
RELACIÓN ASIGNATURA	Ciberperiodismo []		Periodismo Digital []	
CARÁCTER	Obligatoria [x]		Optativa []	
LENGUA	Castellano [x]	Euskera []	Catalán []	Gallego []
EVALUACIÓN	Examen [x]	Trabajos [x]	Seminarios [x]	Participación [x]
ACTIVIDADES DOCENTES	Presenciales [100H]		No presenciales [50H]	
PROFESOR RESPONSABLE	DAVID PARRA VALCARCE SANTIAGO MARIA MARTINEZ ARIAS SERGIO MENA MUÑOZ			
PRERREQUISITOS	No existen previos referidos a esta asignatura más allá de los que sean establecidos por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid en la formulación de su plan de estudios y en la ulterior aprobación de dicho plan de estudios por parte de los organismos competentes.			
OBJETIVOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Examinar el peso específico de las NTIC en el mercado de la información periodística desde un punto de vista holístico. 2. Analizar la evolución del conjunto de procesos que atañen a la gestión periodística de la información digital, así como establecer un escenario prospectivo en el corto, medio y largo plazo. 3. Contribuir al conocimiento de las principales fórmulas estratégicas para la puesta en marcha de proyectos periodísticos de información digital a partir de la comprensión integrada de sus distintas formas expresivas. 4. Conseguir que, al final de la asignatura, el alumno domine el conjunto de procedimientos que implica la gestión periodística de la información digital a partir del análisis del proceso de evolución diacrónica de dicha realidad. 			
COMPETENCIAS				
GENERALES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Examinar el peso específico de las NTIC en el mercado de la información periodística desde un punto de vista holístico. 2. Analizar la evolución del conjunto de procesos que atañen a la gestión periodística de la información digital, así como establecer un escenario prospectivo en el corto, medio y largo plazo. 3. Contribuir al conocimiento de las principales fórmulas estratégicas para la puesta en marcha de proyectos periodísticos de información digital a partir de la comprensión integrada de sus distintas formas expresivas. 4. Conseguir que, al final de la asignatura, el alumno domine el conjunto de procedimientos que implica la gestión periodística de la información digital a partir del análisis del proceso de evolución diacrónica de dicha realidad. 			
ESPECÍFICAS	Profesionales: <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad para comprender el proceso de evolución diacrónica de la innovación tecnológica aplicada al ámbito del periodismo en todas sus facetas. 2. Capacidad para comprender la producción informativa o comunicativa, escrita o 			

	<p>multimedia, basada en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.</p> <p>3. Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (Internet), mediante la hipertextualidad.</p> <p>4. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).</p> <p>5. Capacidad y habilidad para utilizar los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas.</p> <p>6. Capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como del uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos.</p> <p>7. Capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos.</p> <p>8. Capacidad y habilidad para recuperar, organizar, analizar y procesar información y comunicación con la finalidad de ser difundida, servida o tratada para usos privados o colectivos a través de diversos medios y soportes o en la creación de producciones de cualquier tipo.</p> <p>Académicas:</p> <p>9. Habilidad de comentar y editar correctamente textos u otras producciones mediáticas relacionadas con la información y comunicación.</p> <p>10. Habilidad para el manejo académico de las tecnologías informativas y comunicativas.</p>
TRANSVERSALES	<p>1. Desarrollar habilidades de aprendizaje basadas en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.</p> <p>2. Proporcionar las claves para resolver, de manera efectiva, problemas complejos en el ámbito de las tecnologías y diseño de la información periodística.</p> <p>3. Fomentar el trabajo en equipo de forma colaborativa, apostando por la responsabilidad compartida, como fórmula estratégica para afrontar los retos de un entorno cambiante.</p> <p>4. Gestionar proyectos técnicos o profesionales complejos.</p> <p>5. Potenciar la comunicación de información, ideas, problemas y soluciones de manera clara y efectiva, tanto en público como en ámbitos técnicos concretos</p>
BÁSICAS	-
OTRAS Competencias nucleares	<p>1. Dominio del inglés como lengua básica dentro de los procesos de intercambio del conocimiento técnico y científico.</p> <p>2. Definir y proyectar el propio proyecto académico y profesional que se plantea en la Universidad.</p>
CONTENIDOS	
TEÓRICOS	<p>Tema 1. Fundamentos estratégicos: incidencia de Internet sobre la gestión periodística de la información digital</p> <p>1.1. Infraestructura de comunicaciones (Web 0)</p> <p>1.2. Macro almacén de información (Web 1.0)</p> <p>1.3. Mega ágora de conversación (Web 2.0)</p> <p>Tema 2. Especificidades de la información digital y aplicación al ámbito periodístico</p> <p>2.1. Denominaciones y conceptualización del fenómeno</p> <p>2.2. Rasgos distintivos de la información digital</p> <p>2.3. Análisis de ventajas e inconvenientes</p> <p>Tema 3. Rasgos y singularidades del mercado digital de la información</p> <p>3.1. El nuevo marco del mercado digital de la información</p> <p>3.2. Principales transformaciones en el mercado de la información</p> <p>3.3. Características del nuevo consumidor digital</p> <p>Tema 4. Modelos de negocio de la información digital</p> <p>4.1. Modelos consolidados</p>

	<p>4.2. Modelos en proceso de formulación</p> <p>4.3. Nuevos modelos emergentes</p> <p>Tema 5. El proceso de creación, diseño y gestión de un medio digital</p> <p>5.1. Aspectos infraestructurales: del dominio + hosting al CMS</p> <p>5.2. Definición del modelo de negocio</p> <p>5.3. Organización de los recursos humanos</p> <p>Tema 6. La figura del <i>community manager</i> y su incidencia potencial en el mercado digital de la información periodística</p> <p>6.1. Concepto y funcionalidades</p> <p>6.2. Las plataformas social media en la gestión periodística de la información digital</p> <p>6.3. Herramientas de investigación y de acción web 2.0</p> <p>Tema 7. Control y evaluación de los resultados</p> <p>7.1. Uso activo de Google Analytics</p> <p>7.2. Posicionamiento SEM frente a posicionamiento SEO</p> <p>7.3. Consejos de posicionamiento para periodistas digitales</p> <p>Tema 8. Tecnologías emergentes e incidencia en la gestión periodística de la información digital</p> <p>8.1. Nuevos formatos y diseño responsive</p> <p>8.2. Posibilidades del entorno virtual SecondLife</p> <p>8.3. La tecnología de códigos bidimensionales y su aplicación al mercado de la información periodística</p>
PRÁCTICOS	<p>Clases prácticas</p> <p>Clases prácticas de presentación de casos. Consistirá en la realización de proyectos digitales por parte de los estudiantes.</p> <p>Trabajos de campo</p> <p>Trabajo no presencial del estudiante. El alumno desarrollará y presentará un número suficiente de prácticas que permitan evaluar su grado de conocimiento de la asignatura</p>
AUTORES BIBLIOGRAFÍA	<p>AAVV</p> <p>AGUADO, Juan Miguel y MARTÍNEZ, Inmaculada</p> <p>BLOOD, Rebeca</p> <p>BRIGGS, Asa y BURKE, Peter</p> <p>CABRERA, María Ángeles</p> <p>CAIRO, Alberto</p> <p>CEREZO, José</p> <p>CHRISTAKIS, Nicholas y FOWLER, James</p> <p>COBO, Silvia</p> <p>DIEZHANDINO, Pilar</p> <p>FAERMAN, Juan</p> <p>FLORES VIVAR, Jesús y AGUADO, Guadalupe</p> <p>FLORES VIVAR, Jesús y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco</p> <p>FUMERO, Antonio, ROCA, Genís y SÁEZ VACAS, Fernando</p> <p>GARCÍA MARTÍNEZ, Antonio; PARRA VALCARCE, David; ROJO VILLADA, Pedro</p> <p>KAUSHIK, Avinash</p> <p>LARRONDO URETA, Ainara</p>

Anexo 2. Cuestionario realizado a Daniel Arjona Rubio, Redactor Jefe de Cultura de *El Confidencial*.



Universidad de Valladolid

Este cuestionario forma parte de una investigación académica para la elaboración del Trabajo de Fin de Grado titulado: "El desarrollo de las competencias y perfiles del ciberperiodista: del aula a la redacción" realizado por Lidia Caminero, estudiante de Periodismo en la Universidad de Valladolid y tutelado por la profesora Pilar Sánchez García.

El objetivo del cuestionario es conocer si la formación que reciben los futuros periodistas responde o no a las demandas profesionales de las redacciones y se dirige a los redactores jefe de diferentes cibermedios de España. Su único fin es académico.

Nombre y apellidos: Daniel Arjona Rubio

Cibermedio en el que trabaja: *El Confidencial*

Cargo que ocupa: Redactor Jefe de Cultura

1. ¿Cuenta con alguna formación específica para el trabajo en el periodismo multimedia?

Soy licenciado en Historia y máster en Periodismo de El Mundo pero la única formación válida en el periodismo multimedia es la que me ha dado la experiencia.

2. ¿Cuáles son las competencias, entendidas como habilidades, que debe asumir el ciberperiodista?

Rapidez, atención dispersa y, sobre todo, la capacidad de encontrar, en un clima de feroz competencia, el enfoque inesperado, sorprendente, en el que nadie ha pensado, en las historias de cada día.

3. ¿Considera que existen nuevos perfiles periodísticos en su medio? En caso afirmativo, ¿puede citarlos?

Sí, claro que hay nuevos perfiles. El perfil del periodista experto en redes, el especialista en SEO y posicionamiento en buscadores y, sobre todo, el del periodista atrevido que no debe nada a la práctica antigua de la profesión y se atreve con nuevos horizontes y perspectivas.

4 ¿Las nuevas demandas laborales requieren un periodista “polivalente” o un “trabajador multitarea”?

Los periodistas siempre hemos nos hemos vanagloriado de ser “polivalentes” y “multitarea”. Ahora además debemos ejercer como tales.

5 ¿Cómo valora la formación de los nuevos graduados en periodismo? ¿La considera adecuada al actual entorno comunicativo?

No, la considero francamente inadecuada. Los estudios de Periodismo actuales dejan mucho que desear y están a años luz de la actividad real de los medios de comunicación en red de hoy. Un día en una redacción digital vale por toda una licenciatura de Periodismo.

Anexo 3. Cuestionario realizado a Guillermo Rodríguez Díaz, Subdirector del *HuffingtonPost*.



Universidad de Valladolid

Este cuestionario forma parte de una investigación académica para la elaboración del Trabajo de Fin de Grado titulado: "El desarrollo de las competencias y perfiles del ciberperiodista: del aula a la redacción" realizado por Lidia Caminero, estudiante de Periodismo en la Universidad de Valladolid y tutelado por la profesora Pilar Sánchez García.

El objetivo del cuestionario es conocer si la formación que reciben los futuros periodistas responde o no a las demandas profesionales de las redacciones y se dirige a los redactores jefe de diferentes cibermedios de España. Su único fin es académico.

Nombre y apellidos: Guillermo Rodríguez Díaz

Cibermedio en el que trabaja: *El HuffPost*

Cargo que ocupa: Subdirector

1. ¿Cuenta con alguna formación específica para el trabajo en el periodismo multimedia?

La autoformación. Horas y horas de mi tiempo dedicado a investigar, probar programas, navegar, fallar y acertar.

2. ¿Cuáles son las competencias, entendidas como habilidades, que debe asumir el ciberperiodista?

Excelente redacción, capacidad de comunicación y dominio absoluto de Internet.

3. ¿Considera que existen nuevos perfiles periodísticos en su medio? En caso afirmativo, ¿puede citarlos?

Por supuesto. Tantos como las posibilidades que ofrece Internet: infinitos. El periodista ya no se limita a ser un redactor que escribe un texto y lo publica. Hay periodistas de redes sociales, con un perfil enfocado más a vídeos, a análisis de datos, a participación, a

analítica. Un periodista online debe saber manejar todos esos conceptos, pero siempre se requerirá periodistas especializados que complementen la pura publicación de artículos.

4 ¿Las nuevas demandas laborales requieren un periodista “polivalente” o un “trabajador multitarea”?

Como decía antes, el periodista que se limita a escribir y publicar un texto, sin más, tiene los días contados. El redactor de 2017 también debe saber manejar vídeos, audios, herramientas digitales, redes sociales, datos... La información online no es plana, y cada historia requiere de una narrativa específica. Muchas veces un texto de tres folios lo puedes sustituir con una mera infografía que, además, aporta más valor e información.

5 ¿Cómo valora la formación de los nuevos graduados en periodismo? ¿La considera adecuada al actual entorno comunicativo?

Sinceramente, no. Los estudiantes llegan a las redacciones con escasos conocimientos de actualidad y muy pocos de Internet, más allá de Facebook, Instagram y, en casos contados, Twitter. La sensación que se tiene desde una redacción es que llegan con teoría de más y ninguna práctica, que las clases que reciben no tienen mucha utilidad en un entorno puramente digital. Hablando el otro día con una alumna universitaria me comentó que tenía una asignatura de InDesign. No puede haber mayor pérdida de tiempo que esa, sobre todo teniendo en cuenta que la mayoría de los estudiantes no saben ni siquiera utilizar bien Google, básico en el trabajo periodístico del día a día.

Anexo 4. Cuestionario realizado a Carmelo Jordá, Redactor Jefe/Editor de *Libertad Digital*.



Universidad de Valladolid

Este cuestionario forma parte de una investigación académica para la elaboración del Trabajo de Fin de Grado titulado: "El desarrollo de las competencias y perfiles del ciberperiodista: del aula a la redacción" realizado por Lidia Caminero, estudiante de Periodismo en la Universidad de Valladolid y tutelado por la profesora Pilar Sánchez García.

El objetivo del cuestionario es conocer si la formación que reciben los futuros periodistas responde o no a las demandas profesionales de las redacciones y se dirige a los redactores jefe de diferentes cibermedios de España. Su único fin es académico.

Nombre y apellidos: Carmelo Jordá

Cibermedio en el que trabaja: Libertad Digital

Cargo que ocupa: Editor/Redactor Jefe

1. ¿Cuenta con alguna formación específica para el trabajo en el periodismo multimedia?

Soy licenciado en Periodismo, no he recibido ninguna formación específica relevante posterior, más allá de mis propios esfuerzos para aprender.

2. ¿Cuáles son las competencias, entendidas como habilidades, que debe asumir el ciberperiodista?

Un entendimiento claro de las virtudes y los defectos del periodismo en internet y capacidad para manejar nuevos formatos informativos y para integrar en su trabajo periodismo escrito y audiovisual.

3. ¿Considera que existen nuevos perfiles periodísticos en su medio? En caso afirmativo, ¿puede citarlos?

Hay periodistas especializados en integración de soporte audiovisual en la información escrita. Hay también periodistas capaces de trabajar con naturalidad –y a veces casi simultáneamente- con imágenes, sonidos y textos. Y por último hay tanto especialistas en redes sociales como periodistas que usan las redes sociales con acierto.

4 ¿Las nuevas demandas laborales requieren un periodista “polivalente” o un “trabajador multitarea”?

Me gusta más el término “polivalente”, creo que se ajusta más a la realidad.

5 ¿Cómo valora la formación de los nuevos graduados en periodismo? ¿La considera adecuada al actual entorno comunicativo?

La formación de los graduados en periodismo ha sido siempre extraordinariamente deficiente y continúa siéndolo, aunque con los cambios en la profesión probablemente el nivel es todavía más deficiente. Hay carencias teóricas y prácticas de calado y, sobre todo, se fomenta una imagen irreal de la profesión y del mercado de trabajo. No obstante para esto, como para casi todo, hay excepciones.

Anexo 5. Cuestionario realizado a Vicente Ferrer Molina, Subdirector de *El Español*.



Universidad de Valladolid

Este cuestionario forma parte de una investigación académica para la elaboración del Trabajo de Fin de Grado titulado: "El desarrollo de las competencias y perfiles del ciberperiodista: del aula a la redacción" realizado por Lidia Caminero, estudiante de Periodismo en la Universidad de Valladolid y tutelado por la profesora Pilar Sánchez García.

El objetivo del cuestionario es conocer si la formación que reciben los futuros periodistas responde o no a las demandas profesionales de las redacciones y se dirige a los redactores jefe de diferentes cibermedios de España. Su único fin es académico.

Nombre y apellidos: Vicente Ferrer Molina

Cibermedio en el que trabaja: *El Español*

Cargo que ocupa: Subdirector

1. ¿Cuenta con alguna formación específica para el trabajo en el periodismo multimedia?

No, aunque los periodistas que no somos nativos digitales hemos tenido que asumir el reto de movernos en un ecosistema distinto y adaptarnos a él.

2. ¿Cuáles son las competencias, entendidas como habilidades, que debe asumir el ciberperiodista?

Un ciberperiodista es ante todo un periodista: el soporte para el que se trabaja no define al profesional. Es cierto que las nuevas tecnologías obligan al profesional a adaptarse y a tener competencias específicas. Un periodista multimedia -capaz de narrar en cualquier lenguaje, de manejarse en redes sociales, de producir vídeos...- tendrá más oportunidades que aquel que no tenga esas habilidades. Pero junto a ese adiestramiento es imprescindible una formación que dote al profesional de espíritu crítico.

3. ¿Considera que existen nuevos perfiles periodísticos en su medio? En caso afirmativo, ¿puede citarlos?

El medio está en continua evolución y un perfil que en los últimos meses hemos visto que se ha transformado ha sido el de los periodistas que gestionan las redes sociales. Con el auge de Facebook Live nuestros community manager se han convertido, prácticamente, en presentadores de televisión. De estar detrás de la pantalla, han pasado a estar delante y a hacer entrevistas y probar nuevos formatos.

4. ¿Las nuevas demandas laborales requieren un periodista “polivalente” o un “trabajador multitarea”?

Sí, tanto a nivel técnico -un periodista puede tener que ser fotógrafo puntualmente-, como formativo. Las redacciones son más pequeñas y si el periodista maneja conocimientos de varias disciplinas, tendrá más oportunidades. Si es capaz de entender una cuenta de resultados y un ensayo filosófico, será preferible a que sólo tenga una formación económica.

5. ¿Cómo valora la formación de los nuevos graduados en periodismo? ¿La considera adecuada al actual entorno comunicativo?

La formación es correcta a nivel teórico y técnico pero, en general, se echa en falta una mayor experiencia. Las Universidades deberían imbricarse más con las redacciones: de poco vale saber manejar muy bien una cámara si no se sabe cuál es el momento preciso en el que hay que disparar.

Anexo 6. Tabla de análisis de Excel empleada para la simplificación de las respuestas a través de unidades categoriales.

UNIDADES DE ANÁLISIS DE ALVAREZ VALDIVIA (1997)			
Unidad de muestreo	Unidades categoriales	Unidades de respuesta	Reducción de datos: categoriales
E1: Daniel Arjona Rubio	MEDIO DIGITAL	<i>El Confidencial</i>	
E1	CARGO	Redactor Jefe de Cultura	
E1	FORMACIÓN MULTIMEDIA ESPECÍFICA	Licenciado en Historia y máster en Periodismo de El Mundo pero la única formación válida en el periodismo multimedia es la que le ha dado la experiencia.	1. Licenciado en Historia 2. Máster Periodismo 3. Formación multimedia -experiencia
E1	COMPETENCIAS CIBERPERIODISTA	Rapidez, atención dispersa y, sobre todo, la capacidad de encontrar, en un clima de feroz competencia, el enfoque inesperado, sorprendente, en el que nadie ha pensado, en las historias de cada día.	1. Rapidez 2. Enfoque único
E1	PERFILES PERIODÍSTICOS DEL MEDIO	Sí que hay nuevos perfiles. El perfil del periodista experto en redes, el especialista en SEO y posicionamiento en buscadores y, sobre todo, el del periodista atrevido que no debe nada a la práctica antigua de la profesión y se atreve con nuevos horizontes y perspectivas.	1. Periodista experto en redes 2. Especialista en Seo y buscadores 3. Periodista atrevido nueva perspectiva
E1	PERIODISTA POLIVALENTE O TRABAJADOR MULTITAREA	Los periodistas siempre se han vanagloriado de ser “polivalentes” y “multitarea”. Ahora además deben ejercer como tales.	Ambos.
E1	FORMACIÓN GRADUADOS DE PERIODISMO	No, la considera francamente inadecuada. Los estudios de Periodismo actuales dejan mucho que desear y están a años luz de la actividad real de los medios de comunicación en red de hoy. Un día en una redacción digital vale por toda una licenciatura de Periodismo.	Inadecuada. Estudios insuficientes. Más práctica necesaria
E2 :Guillermo Rodríguez Díaz	MEDIO DIGITAL	<i>El HuffPost</i>	
E2	CARGO	Subdirector	

E2	FORMACIÓN MULTIMEDIA ESPECÍFICA	La autoformación. Horas y horas de su tiempo dedicado a investigar, probar programas, navegar, fallar y acertar.	1. Autoformación
E2	COMPETENCIAS CIBERPERIODISTA	Excelente redacción, capacidad de comunicación y dominio absoluto de Internet.	1. Redacción 2. Capacidad de comunicación 3. Dominio Internet
E2	PERFILES PERIODÍSTICOS DEL MEDIO	Tantos como las posibilidades que ofrece Internet: infinitos. El periodista ya no se limita a ser un redactor que escribe un texto y lo publica. Hay periodistas de redes sociales, con un perfil enfocado más a vídeos, a análisis de datos, a participación, a analítica. Un periodista online debe saber manejar todos esos conceptos, pero siempre se requerirá periodistas especializados que complemente la pura publicación de artículos.	1. Infinitos 2. Periodistas en redes sociales 3. Vídeos 4. Análisis de datos 5. Participación 6. Analítica
E2	PERIODISTA POLIVALENTE O TRABAJADOR MULTITAREA	El periodista que se limita a escribir y publicar un texto, sin más, tiene los días contados. El redactor de 2017 también debe saber manejar vídeos, audios, herramientas digitales, redes sociales, datos... La información online no es plana, y cada historia requiere de una narrativa específica. Muchas veces un texto de tres folios lo puedes sustituir con una mera infografía que, además, aporta más valor e información.	1. Manejar vídeos, audios, herramientas digitales, redes, datos 2. Más valor que información
E2	FORMACIÓN GRADUADOS DE PERIODISMO	Resulta inadecuada. Los estudiantes llegan a las redacciones con escasos conocimientos de actualidad y muy pocos de Internet, más allá de Facebook, Instagram y, en casos contados, Twitter. La sensación que se tiene desde una redacción es que llegan con teoría de más y ninguna práctica, que las clases que reciben no tienen mucha utilidad en un entorno puramente digital. Cuenta el ejemplo cuando hablé con una alumna universitaria que le comentó que tenía una asignatura de InDesign. No puede haber mayor pérdida de tiempo que esa, sobre todo teniendo en cuenta que la mayoría de los estudiantes no saben ni siquiera utilizar bien Google, básico en el trabajo periodístico del día a día.	1. Inadecuada. 2. Escasos conocimientos actualidad e internet 3. Solo conocen redes sociales 4. Teoría, falta de práctica 5. Clases no sirven para entorno digital
E3: Carmelo Jordá	MEDIO DIGITAL	<i>Libertad Digital</i>	
E3	CARGO	Editor/Redactor Jefe	
E3	FORMACIÓN MULTIMEDIA ESPECÍFICA	Licenciado en Periodismo, no ha recibido ninguna formación específica relevante posterior, más allá de sus propios esfuerzos para aprender.	1. Licenciado en Periodismo 2. Autoformación digital

E3	COMPETENCIAS CIBERPERIODISTA	Un entendimiento claro de las virtudes y los defectos del periodismo en internet y capacidad para manejar nuevos formatos informativos y para integrar en su trabajo periodismo escrito y audiovisual.	1. Entender virtudes y defectos del periodismo en internet 2. Manejar nuevos formatos informativos -- trabajo escrito y audiovisual
E3	PERFILES PERIODÍSTICOS DEL MEDIO	Hay periodistas especializados en integración de soporte audiovisual en la información escrita. Hay también periodistas capaces de trabajar con naturalidad –y a veces casi simultáneamente- con imágenes, sonidos y textos. Y por último hay tanto especialistas en redes sociales como periodistas que usan las redes sociales con acierto.	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
E3	PERIODISTA POLIVALENTE O TRABAJADOR MULTITAREA	Prefiere el término “polivalente”, creo que se ajusta más a la realidad.	Polivalente.
E3	FORMACIÓN GRADUADOS DE PERIODISMO	Considera que la formación de los graduados en Periodismo ha sido siempre extraordinariamente deficiente y continúa siéndolo, aunque con los cambios en la profesión probablemente el nivel es todavía más deficiente. Hay carencias teóricas y prácticas de calado y, sobre todo, se fomenta una imagen irreal de la profesión y del mercado de trabajo. No obstante para esto, como para casi todo, hay excepciones.	1. Extraordinariamente deficiente 2. Más deficientes con el cambio de la profesión 3. Carencias teóricas y prácticas 4. No imagen real de la profesión y mercado 5. Excepciones
E4 : Vicente Ferrer Molina	MEDIO DIGITAL	<i>El Español</i>	
E4	CARGO	Subdirector	
E4	FORMACIÓN MULTIMEDIA ESPECÍFICA	No resulta adecuada, los periodistas que no son nativos digitales han asumido el reto de moverse en un ecosistema distinto y adaptarnos a él.	1. No formación específica 2. Adaptación al ecosistema digital

E4	COMPETENCIAS CIBERPERIODISTA	Un ciberperiodista es ante todo un periodista: el soporte para el que se trabaja no define al profesional. Es cierto que las nuevas tecnologías obligan al profesional a adaptarse y a tener competencias específicas. Un periodista multimedia -capaz de narrar en cualquier lenguaje, de manejarse en redes sociales, de producir vídeos...- tendrá más oportunidades que aquel que no tenga esas habilidades. Pero junto a ese adiestramiento es imprescindible una formación que dote al profesional de espíritu crítico.	1. Es un periodista 2. Adaptado a las nuevas tecnologías 3. Competencias específicas 4. Narración en cualquier lenguaje 5. Manejo de redes sociales 6. Vídeos 7. Espíritu crítico
E4	PERFILES PERIODÍSTICOS DEL MEDIO	El medio está en continua evolución y un perfil que en los últimos meses han visto que se ha transformado ha sido el de los periodistas que gestionan las redes sociales. Con el auge de Facebook Live sus <i>community manager</i> se han convertido, prácticamente, en presentadores de televisión. De estar detrás de la pantalla, han pasado a estar delante y a hacer entrevistas y probar nuevos formatos.	1. Periodista experto en redes sociales 2. <i>Community manager</i> -presentadores de televisión
E4	PERIODISTA POLIVALENTE O TRABAJADOR MULTITAREA	Ambas figuras, tanto a nivel técnico -un periodista puede tener que ser fotógrafo puntualmente-, como formativo. Las redacciones son más pequeñas y si el periodista maneja conocimientos de varias disciplinas, tendrá más oportunidades. Si es capaz de entender una cuenta de resultados y un ensayo filosófico, será preferible a que sólo tenga una formación económica.	Ambos. 1. Fotógrafo 2. conocimientos varias disciplinas 3. Ensayo filosófico 4. no formación específica (económica) De todo
E4	FORMACIÓN GRADUADOS DE PERIODISMO	La formación es correcta a nivel teórico y técnico pero, en general, se echa en falta una mayor experiencia. Las universidades deberían imbricarse más con las redacciones: de poco vale saber manejar muy bien una cámara si no se sabe cuál es el momento preciso en el que hay que disparar.	1. Correcta nivel teórico y técnico 2. Falta de experiencia 3. Universidades más implicadas con las redacciones

8. Índice de tablas

Tabla 1. Incorporación de los diarios españoles a la plataforma web.....	13
Tabla 2. Comparativa entre las profesiones emergentes en la industria de la información y de contenidos.....	18
Tabla 3. Comparativa entre perfiles de la época ‘trisoporte’ y en los indicios (1996-2000).....	20
Tabla 4. Comparativa entre perfiles de la época entre 2000-2005 y los perfiles según el Libro Blanco de la ANECA (2005).....	20
Tabla 5. Perfiles profesionales dados entre 2006 y 2015.....	21
Tabla 6. Nuevos Perfiles profesionales según Observatorio de Periodismo en Internet (2005-2008).....	22
Tabla 7. Perfiles periodísticos según el artículo “Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes”.....	23
Tabla 8. Muestra de las universidades seleccionadas con asignaturas relacionadas con Ciberperiodismo (2016-2017).....	37
Tabla 9. Tabla de análisis aplicada a las diez guías docentes analizadas.....	38
Tabla 10. Muestra de los Cibermedios y los periodistas encuestados.....	41
Tabla 11. Correspondencia Asignatura- profesor	48
Tabla 12. Conjunto de prerequisites coincidentes en las guías docentes analizadas.....	49
Tabla 13. Conjunto de objetivos coincidentes en las guías docentes analizadas.....	50
Tabla 14. Análisis comparativo de los objetivos establecidos en las guías docentes.....	51
Tabla 15. Competencias ciberperiodísticas contempladas en las asignaturas.....	54
Tabla 16. El Ciberperiodismo en las redacciones de los medios nativos digitales.....	60

