



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

Comunicadores de nuevo cuño: qué se les pide a los periodistas de hoy y del mañana

Andrea Díaz Pérez

Tutora: Dunia Etura y Virginia Martín

Departamento: Historia Moderna, Contemporánea y de América y Periodismo

Curso: 2021-2022

Resumen

La incorporación de Internet en la sociedad, así como las TIC y la web 2.0 han ido generando una total transformación en el funcionamiento de los medios de comunicación. Elementos como la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad han sido los encargados de sustituir a los clásicos teletipos que predominaban en las redacciones del siglo XX. Setenta y tres años más tarde del dispositivo telegráfico, Henry Jenkins acuñó un nuevo concepto que marcaría un antes y un después en el mundo de la comunicación: el periodismo transmedia. Esta nueva especialidad periodística posee la capacidad de adaptar de forma transversal historias en múltiples plataformas y formatos. Por ende, los cibermedios se encuentran en una constante fase de experimentación, así como los géneros en una evolución y transformación persistente.

Este reportaje pretende hacer una reflexión sobre las transformaciones del ecosistema periodístico en los últimos años a través de testimonios de responsables de medios locales, regionales y nacionales.

Palabras Clave

Periodismo transmedia, Multimedialidad, Hipertextualidad, Narrativa transmedia, Cibermedios

Abstract

The incorporation of the Internet into society, as well as ICT and Web 2.0, have generated a total change in the functioning of the media. Elements such as hypertextuality, multimedia and interactivity have been responsible for replacing the classic teletypes that predominated in the drafting of the twentieth century. Seventy-three years after the telegraphic device, Henry Jenkins coined a new concept that would mark a before and after in the world of communication: transmedia journalism. This new journalistic specialty has the ability to adapt stories across multiple platforms and formats. Therefore, cybermedia are in a constant phase of experimentation, as well as genres in a persistent evolution and distortion.

This report aims to reflect on the transformation of the journalistic ecosystem in recent years through testimonies from local, regional and national media managers.

Keywords

Transmedia journalism, Multimediality, Hypertextuality, Transmedia narrative, Cybermedia.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	
1.1 Justificación	5
1.2 Objetivos	7
1.3 Fundamentos teórico- académicos	8
1.3.1 Los cambios del periodismo tradicional al multimedia.....	8
1.3.2 Concepto Narrativa Transmedia.....	9
1.3.3 Concepto multimedialidad.....	10
1.3.4 Concepto hipertextualidad.....	11
1.3.5 Concepto interactividad.....	12
1.3.6 Perfiles emergentes.....	14
2. PLAN DE TRABAJO	
2.1 Cronograma.....	15
2.2 Elección del formato.....	18
2.3 Fuentes.....	19
3. CONCLUSIONES.....	20
4. REFERENCIAS.....	22
5. ANEXOS	
5.1 Escaleta final.....	27

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

La llegada de la era digital a los medios de comunicación ha producido grandes cambios en el ecosistema mediático, esta especialidad periodística ha remodelado la relación de los medios con la audiencia, así como las formas de consumo, la producción, la difusión y el modelo de negocio. Por ende, esta nueva corriente ha influido en el ejercicio profesional de los periodistas, siendo estos cada vez más polivalentes y multitarea. Asimismo, la actual demanda de los medios de comunicación reside en profesionales con una buena formación de base, pero que también posean conocimientos de todas las ramas periodísticas posibles.

La multimedialidad, así como la hipertextualidad e interactividad son los principales elementos que definen el periodismo transmedia y sus efectos. Sin embargo, existen otros componentes posibles: instantaneidad, ubicuidad, personalización (*cookies*) y actualización continua. Díaz Noci y Salaverría (2003) insisten en la necesidad de que para que un mensaje pueda ser considerado multimedia, los diferentes lenguajes no deben estar meramente yuxtapuestos sino que tiene que haber una verdadera integración de estos lenguajes.

Estos cambios profesionales y tecnológicos van de la mano de los nuevos consumos de las audiencias en un momento en el que los medios de comunicación publican contenidos generados por el usuario, permitiendo y fomentando la inclusión de comentarios, fotos, vídeos, blogs e incluso artículos elaborados por los receptores y que les convierte en prosumidores (Berrocal, Campos & Redondo, 2014), dejando atrás la comunicación unidireccional.

La elección de estudio y su consiguiente análisis pretende mostrar a través de un reportaje audiovisual <https://www.youtube.com/watch?v=Qq9vtuFi1xA> la adaptación del periodismo al mundo digital desde la llegada de internet hasta la actualidad. El presente análisis se trata de un Trabajo de Fin de Grado profesional dirigido por la Dra. Dunia Etura y la Dra. Virginia Martín.

Como es evidente, la revolución tecnológica ha eliminado algunos oficios, así como otros se han originado debido a la nueva demanda. Según Nereida López Vidales (2001, p.275) en el mundo de la comunicación se ha dado una verdadera eclosión de nuevas figuras que en sustitución de otras han ido desapareciendo para enriquecer el trabajo periodístico: los diseñadores gráficos, infografistas, técnicos de software informático, programadores informáticos, así como especialistas en realidad virtual y siluetas en tres dimensiones son algunos de los perfiles que complementan al periodista del S.XXI. Asimismo, aunque en la actualidad todos los grandes medios gocen de una buena salud digital, no siempre ha sido así. En los inicios, la praxis de los periódicos consistía en poner en sus rudimentarios sitios web la portada del rotativo en versión facsimilar, sin acceso a los contenidos, o bien, sólo la versión de la portada en hipertexto, sin fotos o muy pocas en relación con la edición del papel (Castañeda, en Islas y otros, 2002, p.109).

Asimismo, otro de los aspectos que trata el reportaje son los principales retos a los que se enfrenta el periodista del S.XXI, así como los nuevos perfiles que demanda la profesión. Debido a la alta demanda que comprende el periodismo digital, resulta de gran interés conocer la historia de los principales diarios digitales, además de la opinión de fuentes expertas y los nuevos medios que han ido surgiendo con esta reciente demanda.

Pilar Sánchez, Berta García- Orosa, Xosé López- García y Ana Vázquez- Rodríguez (2017) analizan los perfiles emergentes de la profesión debido a este cambio, así como la situación periodística actual y la repercusión que proporcionan las plataformas digitales en el mundo periodístico. Del mismo modo, Pilar Sánchez junto con Lidia Caminero Fernández (2017) exponen cómo el perfil del ciberperiodista en las redacciones es el principal cambio en el mundo del periodismo. En los resultados obtenidos de la investigación, las autoras destacan la reconocida falta de formación multimedia específica; las competencias que reclaman centradas en el dominio de internet y de la narración; la incorporación de dos perfiles especialistas en redes sociales y redactor polivalente; y, por último, las deficiencias prácticas que detectan en la formación periodística actual del nuevo entorno mediático.

Actualmente, el horizonte digital ha dejado de ser un escenario de apuestas más o menos firmes para erigirse en el único camino posible (Ross, 2010; Meyer, 2009; Rius, 2016). De acuerdo a esta afirmación, Magdalena Trillo-Domínguez y Jordi Alberich-Pascual examinan el “momento de explosión” que están viviendo los formatos del ciberperiodismo en el sector informativo.

Sensibilidad, creatividad y buen criterio periodístico son elementos a tener en cuenta en el desarrollo de la labor periodística, sea cual sea en el medio y el formato en el que se efectúe esta. En este sentido, no se puede hablar de periodista de siglo XX y periodista de siglo XXI, ya que lo importante es mantener una continuidad con lo que se ha hecho hasta ahora, (López Vidales, 2001).

1.2 Objetivos

1. Emplear las nociones necesarias que demandan a los periodistas en la producción y grabación del reportaje.
2. Analizar la labor informativa que realizan los nuevos perfiles periodísticos en los medios de comunicación.
3. Consultar a expertos relevantes en la materia sobre periodismo digital o transmedia.
4. Analizar los retos profesionales a los que se enfrenta el “nuevo” periodista del S.XXI.

1.3 Fundamentos teórico- académicos

En este bloque, se explican los distintos apartados de la investigación desde el punto de vista teórico: los cambios del periodismo tradicional al multimedia, qué es la narrativa transmedia, así como la multimedialidad, hipertextualidad, interactividad, y los perfiles emergentes de esta especialidad periodística.

1.3.1. Los cambios del periodismo tradicional al multimedia

La tendencia a las redacciones integradas provoca en paralelo un aumento de la demanda de profesionales que sepan atender esa necesidad de producción: los periodistas multimedia (Túñez y Guevara, 2009). Sin embargo, aunque la llegada de internet haya modificado diversas tareas de la rutina periodística, sus funciones fundamentales siguen intactas (Anson, 2012).

Asimismo, (M.Túñez, Y.Martínez y P.Abejón, 2010) apuntan que, gracias al periodismo transmedia, se ha generado una nueva forma de hacer periodismo en la que se difuminan las distancias entre los que elaboran las informaciones y los que las consumen, los periodistas y las audiencias. Las funciones que realizan los profesionales especialistas en periodismo digital/transmedia se complementan con la tradicional labor que ejerce el periodista más conservador. A juicio de Tejedor (2007) un periodista multimedia debe ser capaz de dominar una serie de tareas que engloban: el acceso, el manejo, la integración, la creación y la evaluación de los mensajes informativos on-line.

La llegada de internet con los conocidos filtros burbuja ha modificado notablemente la relación de los medios con los consumidores, ya que estos últimos pueden personalizar considerablemente el resultado de las búsquedas, y por lo tanto, la información que se consume. Según indica Zuiderveen antes del advenimiento de los medios digitales, los medios de comunicación generalmente presentaban el mismo contenido para

todos los usuarios. Ahora, en teoría, la misma web de noticias puede mostrar contenido personalizado a cada visitante (2016, p.2).

1.3.2 Concepto de Narrativa Transmedia

El concepto de narrativa transmedia, *transmedia storytelling*, es un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión (Scolari, 2013, p. 247). Asimismo, otros autores defienden este concepto como “un lenguaje definido naturalmente por la evolución de la sociedad contemporánea, denominada por algunos autores como neoposmoderna, aunque la propia posmodernidad sea cuestionada por otras líneas investigativas” (Campalans, 2014, p.1).

Dada la constante evolución del periodismo en los últimos años, el periodismo transmedia, y con ello, el periodismo multimedia, se ha convertido en una de las especialidades digitales más relevantes. Gracias a este nuevo concepto, el profesional especializado en nuevas narrativas es capaz de elaborar y transmitir a la audiencia todo tipo de historias en múltiples lenguajes y formatos. Este novedoso método ha generado una nueva vía comunicativa para los medios, sin embargo, no son estos los únicos que han notado cambios en el sector de los plumillas. Gracias a estas competencias digitales, la relación con la audiencia ha sufrido una notable transformación al pasar de una comunicación unidireccional a bidireccional. Las redes sociales han sido las encargadas de potenciar un incremento del *feedback* o retroalimentación con el usuario, siendo la personalización, la participación, el *peer to peer* y las predicciones modeladas las principales herramientas (Somalo, 2017).

Las plataformas especializadas en Narrativa Transmedia son otros de los recursos que ha integrado esta nueva competencia al sector de la comunicación. *LAB RTVE*, *Atresmedia* y *El País* son las cabeceras que, mayoritariamente, apuestan por este tipo de contenidos

transmedia. El conjunto de grupos citados anteriormente, tratan de incorporar a la información rutinaria aspectos con carácter innovador a través de webdoc o documental interactivo, la web 360°, el podcasting, el juego interactivo y la realidad virtual.

Tal y como dice (Jenkis, 2003) cada medio debe dar lo mejor de sí mismo para que la historia pueda ser incorporada en una película, ampliada a través de la televisión, novelas y cómics, y para que su argumento pueda ser explorado y experimentado mediante el juego. Cada una de estas franquicias mediáticas debe poseer una autonomía suficiente para permitir un consumo autónomo.

1.3.3 Concepto de multimedialidad

La multimedialidad se entiende como “la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada” (Abadal; Guallar, 2010, p.42).

Para Bettetini, Gasparini y Vittadini (2008) el discurso multimedial no es sólo un producto tecnológico, sino que su característica central es la intervención del lector. Catalogan la multimedialidad como la integración informática de varios medios o códigos expresivos en el interior de un mismo texto. Tal y como apunta Scolari (2009, p.276) la escritura marginó hace un puñado de milenios esos modos de representación y de pensamiento no secuenciales, los cuales sobrevivieron y hoy reaparecen con toda su fuerza en las textualidades multimedia e interactivas.

En relación a este concepto periodístico, podemos diferenciar ocho elementos básicos que constituyen los contenidos multimedia: El texto, la fotografía, el gráfico, el vídeo, la animación digital, el discurso oral, la música, los efectos sonoros, la vibración. Según Joao Canavilhas estos elementos han sido los encargados de elaborar un relato digital no existente antes de la creación de Internet (2014, p.25).

La gran variedad de formatos que rodean a este concepto puede confundirse con la necesidad constante por parte de los grupos mediáticos de abarcar conceptos, que muy lejos quedan, del propio periodismo. Lo cierto es, que este nuevo discurso conocido como multimedialidad, pone a prueba a los profesionales de la comunicación, exigiendo cada vez más aptitudes interdisciplinarias y polivalentes. Masip y Micó (2009) afirma que el periodista multimedia debe mostrar esa polivalencia o versatilidad desde diferentes perspectivas: polivalencia mediática, en el sentido de que debe producir contenidos para distintos soportes; polivalencia tecnológica porque se hace cargo de todo el proceso productivo; y polivalencia temática porque debe ahora tratar noticias de distintos ámbitos o secciones.

Asimismo, dado las múltiples opciones que posee este concepto, la multimedialidad integrada y desarrollada puede convertirse en una marca distintiva para los medios, ofreciendo a su audiencia calidad comunicativa y narrativa.

1.3.4 Concepto de hipertextualidad

Uno de los elementos primordiales en la narrativa transmedia es el hipertexto. El filósofo y sociólogo americano, Ted Nelson, acuñó este concepto en 1965. Este invento revolucionario en lo que a la comunicación se refiere ha sido definido por Bianchini como un enfoque para manejar y organizar información, en el cual los datos se almacenan en una red de nodos conectados por enlaces. Los nodos contienen textos y si contienen además gráficos, imágenes, audio, animaciones y video, así como código ejecutable u otra forma de datos se les da el nombre de hipermedio, es decir, una generalización de hipertexto. Asimismo, Rueda (2010) reconoce este sistema de organización y presentación de datos como una forma de escribir alternativa a los textos convencionales.

El profesor de periodismo y medios digitales, Ramón Salaverría determina el hipertexto como un texto que va más allá de lo que aparenta, que se trasciende a sí mismo (...) que a la anchura y la altura propias de la página impresa suma una tercera dimensión: la profundidad (2005, p. 20).

El principal cambio que ha generado este elemento significativo en el mundo de la comunicación es la estructuración no necesariamente lineal de la información. Tal y como apunta Almela Pérez la tecnología de la escritura y la enseñanza tradicional impusieron un modo secuencial de organizar y transmitir la información y el conocimiento; la tecnología informática posibilita otro modo de organizarla, un modo multirrelacional, que está más en consonancia con la realidad manejada y con el intelecto que la maneja (1999, p. 1).

Según Díaz- Noci, el uso del hipertexto en las piezas periodísticas es una de las características del lenguaje digital. En los diarios digitales, el hipertexto aparece con un claro predominio del nodo inicial en forma de teaser, dando lugar a lecturas lineales, y no con retorno (2018, p.231). Asimismo, este mismo autor señala las funciones del hipertexto en el contexto informativo (2018, p.232.): atribución y remisión a las fuentes primarias informativas, dotar de fiabilidad a las mismas, y de credibilidad al propio medio de comunicación; ofrecer información complementaria al lector; así como incidir en la transparencia informativa.

1.3.5 Concepto de interactividad

“El estudio de la interactividad es parte de la evolución en la ontología y epistemología de las nuevas tecnologías de comunicación en general, y las computadoras como medio en particular”, indica Sheizaf Rafaeli, uno de los investigadores más relevantes en el concepto de interactividad (1988, p. 112).

Así pues, Rogers (1986) asegura que son los nuevos medios de comunicación desde el teletexto y el videotexto hasta Internet y la WWW los que han originado el uso del concepto debido a las opciones selectivas y comunicativas que presentan. Particularmente, la interactividad está asociada en primer lugar, a la convergencia de tres sectores: telecomunicaciones, informática y medios de comunicación.

Asimismo, dada la gran relevancia que posee la interactividad en la comunicación multimedia o transmedia, resulta de especial interés enumerar los distintos tipos de interactividad según la relación que proporcionen con el usuario:

1. Interactividad Selectiva: permite al usuario interactuar con los contenidos (Kenney; Gorelik, Mwangi, 2000; Pavlik, 2001).

2. Interactividad Comunicativa o Participativa: permite la interacción entre los individuos (Dahlgreen, 1996; Deuze, 1999; Hall, 2001).

3. Interactividad Productiva: el lector puede elaborar contenidos propios (Deuze, 1999; Bardoel, 1996).

La interactividad es otra de las características fundamentales del periodismo digital, siendo los foros, las entrevistas online y el periodismo ciudadano algunos de los factores que marcan esta tendencia. “Desde un punto de vista de la producción, la interactividad también se refiere a la elaboración del contenido, al acto productivo. En este sentido, puede ser inclusiva (cuando la creación de una unidad de contenido cuenta con los aportes del lector) o autorial. Asimismo, la interactividad es sincrónica o asincrónica. Por defecto, la entrevista online es sincrónica, aunque en ocasiones se solicitan preguntas previas al lector, lo que añade asincronicidad. Los comentarios en el foro son asincrónicos, ya que pasan por el tamiz del moderador. La técnica es dialógica (correo electrónico, foro, chat, SMS) o personalizada (búsqueda en base de datos, configuración del interfaz). Finalmente, la interactividad puede presentar moderación o ausencia de moderación aunque los principales diarios digitales cuentan con un moderador, igual que ocurre en la mayor parte de redes sociales o incluso en los blogs, en los que el administrador del perfil o del grupo actúa como moderador.” (Francesc Fondevila, 2015, p.11).

1.3.6 Perfiles emergentes

“Hasta hace no mucho tiempo, la profesión periodística tenía un único profesional- tipo: el periodista. Con la progresiva independencia de los medios de comunicación y la irrupción de las nuevas técnicas y sistemas surgen figuras distintas que es preciso definir” (Peñafiel y López, 2002, p. 275).

Las redes sociales, la comunicación organizacional, la capacidad de interacción, así como las nuevas demandas y el mercado laboral del momento son los principales factores que propician la constante evolución de los perfiles profesionales periodísticos.

Para Flores-Vivar (2013) los nuevos perfiles que demanda la profesión y que, por lo tanto, dotan al periodismo de gran prestigio informativo son:

1. Data Delivery Editor
2. Social Media Editor-(Community Manager)
3. Mobile Journalism
4. Hipertext Writer
5. Information map
6. Monitorizing content web manager
7. Influencer blogger
8. Journalism Consulting
9. Communication Consulting
10. Content multimedia editor
11. Content for users generated editor
12. Information Architect
13. News moderator
14. Usability expert
15. Interactivity manager
16. Videoweb editor
17. Internet Journalism Research
18. Internet Journalism Evangelist

A juicio de García, Domínguez y Gonzalo (2015) los nuevos perfiles formativos multimedia son:

1. Informador multimedia
2. Gabinete multifacético o multimedia
3. Profesor de laboratorio y consultor
4. Gestor de portales y contenidos *online*

2. PLAN DE TRABAJO

2.1 Cronograma

Este apartado incluye el proceso de creación de todo el Trabajo de Fin de Grado desde octubre, mes donde nos asignaron el tutor y decidimos el tema, hasta junio, fecha donde el trabajo se deposita para su evaluación final. El cronograma cuenta con aspectos teóricos como la elaboración de la introducción, el marco teórico y la búsqueda de una bibliografía completa. Asimismo, también abarca las cuestiones más prácticas y creativas del proceso: la grabación de las entrevistas y su posterior edición.

Octubre

Primera semana	Elección del tema y tutor.
----------------	----------------------------

Diciembre

Primera semana	Primeras reuniones.
Segunda semana	Centrar el trabajo.
Tercera semana	Entrega Introducción y estado de la cuestión.

Enero

Primera semana	Corrección de la Introducción y el estado de la cuestión.
Segunda semana	Lecturas bibliográficas y desarrollo del marco teórico, así como la modificación de la introducción y el estado de la cuestión gracias a las correcciones elaboradas por la tutora.
Tercera semana	Elaboración del guión del reportaje, así como la selección de posibles fuentes de interés para la elaboración del reportaje.

Febrero

Primera semana	Lecturas bibliográficas y desarrollo del marco teórico.
Segunda semana	Selección de posibles fuentes de interés para la elaboración del reportaje.
Tercera semana	Lecturas bibliográficas y desarrollo del marco teórico, elaborar guión del reportaje.

Marzo

Primera semana	Contacto con Pilar Sánchez, Doctora en
----------------	--

	Periodismo en la Universidad de Valladolid,
Segunda semana	Grabación de la entrevista a Pilar Sánchez y contacto con Santiago González, Director de <i>El Día</i> de Valladolid.
Tercera semana	Grabación de la entrevista a Santiago González.
Cuarta semana	Lecturas bibliográficas y desarrollo del marco teórico.

Abril

Primera semana	Contacto con Miriam Ruíz, Subdirectora de <i>El Objetivo y Newtral</i> .
Segunda semana	Contacto con Félix A. Carreras, Director de Tribuna grupo.
Tercera semana	Contacto con Pilar Bernal, Reportera Internacional en Informativos Telecinco; contacto con Nacho Cardero, director de <i>El Confidencial</i> .
Cuarta semana	Enviar tanto la parte práctica como la teórica a la tutora para su posterior corrección

Mayo

Primera semana	Grabación de la entrevista a Miriam Ruíz y modificar las correcciones elaboradas por la tutora
----------------	--

Segunda semana	Grabación de la entrevista a Félix. A Carreras
Tercera semana	Grabación de la entrevista a Pilar Bernal, comienzo de la edición del reportaje
Cuarta semana	Grabación de la entrevista a Nacho Cardero, Edición del reportaje

Junio

Primera semana	Edición del reportaje, así como grabación de planos recursos
Segunda semana	Edición del reportaje, así como últimas correcciones de la tutora
Tercera semana	Edición del reportaje, modificar las correcciones de la tutora y depositar el trabajo para su posterior evaluación

2.2 Elección del formato y material utilizado

Dada mi experiencia en otras asignaturas o bien en las prácticas realizadas en Tribuna Grupo, he creído conveniente apostar por el formato audiovisual para la realización de este reportaje. Asimismo, considero que lo más idóneo para tratar cuestiones referentes al periodismo digital o transmedia es apostar por un formato dinámico, creativo e innovador en el tratamiento del mismo. Realizar el presente Trabajo de Fin de Grado a través de un reportaje audiovisual permite presentar y canalizar los contenidos con mayor facilidad. Asimismo, el formato vídeo atrae a un mayor tráfico de audiencia, cuestión de vital importancia en lo que al periodismo digital se refiere.

La edición del reportaje se ha llevado a cabo con el programa *Adobe Premiere*, así como con *IMovie* para cuestiones más específicas. En cuanto al sonido, en ciertas ocasiones he

recorrido a la plataforma *Audacity*. Respecto al material utilizado, las entrevistas de Pilar Sánchez, Santiago González y Félix A. Carreras han sido grabadas con una cámara Canon EOS 1200D con un objetivo de 18-55 mm. Además, ha sido necesario un trípode para ajustar correctamente el encuadre del plano. En el caso de Miriam Sánchez, Pilar Bernal y Nacho Cardero las entrevistas se han realizado virtualmente por plataformas digitales como *Skype* o *Zoom* por motivo de una alta incompatibilidad en fechas y horarios con los entrevistados. A pesar de no poder realizar el encuentro presencialmente, las entrevistas han resultado gratificantes y dinámicas de igual modo que las anteriores.

2.3 Fuentes

En este apartado he seleccionado las fuentes utilizadas en el reportaje, del mismo modo, las he clasificado según su naturaleza en: fuentes bibliográficas, fuentes hemerográficas y entrevistas.

En el caso de las fuentes bibliográficas, he tratado de incluir a grandes investigadores del periodismo digital o transmedia, entre los que destacan: Ramón Salaverria, Carlos Scolari, Pilar Sánchez, Xosé Pereira y Javier Díaz Nozi, entre otros. Gracias a sus informes y artículos he podido documentarme sobre el concepto de periodismo transmedia, así como su evolución en los últimos años. Con respecto a las fuentes hemerográficas, las principales referencias que me han sido de utilidad para la elaboración del reportaje han sido imágenes, así como vídeos de archivo de diversos medios de comunicación, siendo *RTVE*, *Atresmedia* y *Newtral* las principales plataformas mostradas en el reportaje. Del mismo modo que las fuentes bibliográficas y hemerográficas ocupan un puesto importante en el transcurso del reportaje, las entrevistas realizadas no se quedan atrás. Con el objetivo de dotar de mayor credibilidad al reportaje, así como obtener información más profunda y detallada del tema a tratar, se han realizado un total de seis entrevistas en el proceso de realización. Los entrevistados que conforman gran parte del reportaje son: Pilar Sánchez, Doctora en Periodismo por la Universidad de Valladolid; Santiago González, Director de *El Día de Valladolid*; Félix. A. Carreras, Director del grupo *Tribuna*; Miriam Ruíz, Subdirectora de *El Objetivo* (La Sexta);

Pilar Bernal, Reportera Internacional en Informativos T5 Y Nacho Cardero, Director de *El Confidencial*.

La variedad de los perfiles entrevistados permite proporcionar diversos puntos de vista sobre el periodismo digital o transmedia desde el punto de vista local con la presencia de Santiago González, Félix A. Carreras y Pilar Sánchez. Sin olvidar, grandes referentes del periodismo a nivel nacional, como es el caso de Pilar Bernal, Nacho Cardero y Miriam Ruiz. De esta manera, gracias a los entrevistados, hemos podido conocer la evolución del periodismo digital tanto a nivel local como nacional, así como la transformación que han tenido las coberturas de conflictos internacionales en los últimos años y los perfiles emergentes que han ido surgiendo a través de esta nueva especialidad periodística.

3. CONCLUSIONES

El planteamiento inicial del presente Trabajo de Fin de Grado se confirma. Gracias a los cambios que ha proporcionado la era digital, los medios tradicionales optan por difundir sus contenidos a través de múltiples plataformas, proporcionando lenguajes más flexibles y polivalentes a la audiencia. Lejos ha quedado la clásica redacción de un diario en papel o los famosos transistores que marcaban la señal radiofónica. Actualmente, la radio se ve y pocos esperan a la “última hora” comprando su diario de confianza o viendo las noticias matinales del telediario. Por ende, la Red arrasa con todo y se convierte en la primera fuente de información, proporcionando un nivel alto de interactividad con el usuario, especialmente a través de las redes sociales y la sindicación de contenidos.

La polivalencia es una de las características claves del periodismo en la Red, por ello los nuevos lenguajes que se han ido desarrollando estos últimos años son considerados polifacéticos y multidisciplinares, adaptándose con mayor flexibilidad a cualquier plataforma o lenguaje . Es el caso de la narrativa transmedia, esta nueva competencia permite al periodismo narrar y transmitir la información a través de formatos innovadores y heterogéneos. A raíz del desarrollo de estas nuevas especialidades, se han ido creando plataformas nativas digitales, siendo *LAB RTVE*, *Atresmedia* o *El País* ejemplos de esta tendencia. Estos medios emergentes destacan por la innovación y la creatividad que los

definen, ya que permiten avanzar en las nuevas narrativas, investigando en formas de presentar esa comunicación transmedia y ver el efecto que tienen en la audiencia.

Las nuevas plataformas necesitan perfiles multidisciplinares, capaces de compaginar la base periodística que mueve la información con aptitudes más innovadoras, además de especializadas en formatos, técnicas y narrativas. Véase el caso de *Newtral*, la plataforma de verificación que ha ido surgiendo debido a la globalización del uso de Internet, y por consiguiente, de las noticias falsas y bulos que este provoca. En ella tratan cuestiones como el *fact-checking* y todo tipo de bulos que circulan por redes sociales. El medio de comunicación dirigido por Ana Pastor se caracteriza por su formato innovador, es por ello que trabajan paralelamente con ingenieros, informáticos e infografistas para dotar a la audiencia de un trabajo periodístico lo más completo posible.

A través de este reportaje audiovisual, *Comunicadores de nuevo cuño: qué se les pide a los periodistas de hoy y del mañana*, he logrado sintetizar la evolución del periodismo digital y transmedia a través de testimonios de expertos en la materia. Siendo Nacho Cardero, Director de *El Confidencial*; Pilar Bernal, Reportera Internacional en Informativos T5 y colaboradora en *NIUS*; o Miriam Ruiz, Subdirectora de *El Objetivo*, entre otros, algunos de los testimonios recopilados en el reportaje. Asimismo, los profesionales citados anteriormente, analizan las principales cualidades, así como los nuevos retos a los que se enfrenta el periodista del S.XXI. De esta manera, el reportaje requiere de gran utilidad a los nuevos profesionales que se adentran al mundo de la comunicación al finalizar el grado de Periodismo. Con el objetivo de poner en práctica lo que demandan los profesionales entrevistados, he optado por elaborar dicho reportaje a través de los criterios expuestos en el reportaje.

Gracias a la variedad de perfiles entrevistados, el reportaje pretende mostrar la importancia del periodismo digital y transmedia en distintos ámbitos del periodismo. Tal y como recoge el reportaje, además de en medios nativos digitales, el periodismo digital se encuentra en la cobertura de conflictos internacionales, así como en medios especializados en bulos y verificación de datos. En conclusión, pretendo mostrar que el periodista del mañana aspira a replicar el vigor del periodista del ayer sirviéndose de los medios del ahora.

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias

Albornoz, L. (2007). Periodismo digital. La Crujía.

Almela Pérez, R. (1999). Hipertexto: ¿ una clase de texto?. Revista de investigación lingüística, Vol 2, n° 2 (1999).

Arias-Robles, F. y García-Avilés, J.A. (2016): Definiendo la hipertextualidad. Análisis cuantitativo y cualitativo de la evolución del concepto, Icono 14, volumen 14 (2), pp. 48-68. doi: 10.7195/ri14.v24i2.995

Díaz Noci, J (2008) Definición teórica de las características del ciberperiodismo: Elementos de la comunicación digital.

<https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/1286/2075>

Díaz- Noci, J (2018) Hipertexto en periodismo: realidad e investigaciones de futuro.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2018.34>

Diez-Gracia, A., & Sánchez-García, P. (2022). The news gap in the «triple digital agenda»: The different interests of media, audience and networks. Communication & Society.

<https://doi.org/10.15581/003.35.1.63-80>

Díaz, A. (2022). *Comunicadores de nuevo cuño: qué se les pide a los periodistas de hoy del mañana*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021- 2022

Fernández Castrillo, C. (2014). *Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU)*

https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43903

Flores, J (2012) *El periodismo de datos como especialización de las organizaciones de noticias en Internet*.

file:///C:/Users/diazpand/Downloads/Dialnet-ElPeriodismoDeDatosComoEspecializacionDeLasOrganiz-4739290.pdf

Flores-Vivar, J. M. (2013). *Perfiles emergentes en la industria de la comunicación online*.

<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/download/880/1341>

Fondevila, J. F. (2015). *El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad*.

<https://doi.org/10.1387/zer.13488>

López Vidales, N. (2001). *El impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación en el periodista/comunicador del tercer milenio*. *Comunicación y Sociedad*

<https://link.gale.com/apps/doc/A128671435/AONE?u=anon~d5db86b&sid=googleScholar&xid=ff75d564>

Peñafiel Saiz, C.; López Vidales, N (2002) *Claves para la era digital. Evolución hacia nuevos medios, nuevos lenguajes y nuevos servicios*. Universidad del País Vasco.

Díaz, A. (2022). *Comunicadores de nuevo cuño: qué se les pide a los periodistas de hoy del mañana*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021- 2022

Salaverría, R (2005) *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Eunsa

<https://hdl.handle.net/10171/34331>

Sánchez, Caminero, P. L. (2017). *El perfil y formación del ciberperiodista en redacciones nativas digitales*. *Raco.cat*.

<https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/10.31009-hipertext.net.2018.i16.04/428622>

Santana, L. M. (2008). *El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido*.

Scolari, C (2022). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5652806.pdf>

Tuñez López, M., Martínez Solana, Y., & Abejón Mendoza, P. (2010). *Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP1010110079A>

Webgrafía

Ciclos formativos CEU. ¿Por qué estudiar el Ciclo en Realización Proyectos Audiovisual y Espectáculos? (2018). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=55gKEkUGUck>

David Casero. *Día a día redacción Noticias Antena 3* (2013). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=pEhKb8pc-QM>

Dircom. *Discurso de Iñaki Gabilondo en Netcom.* (2018). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=p5G66QnnMQs>

El País que hacemos (2016). *Así hacemos El País.* Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=MgIua8PGHlo&t=49s>

El País. EL PAÍS cierra sus rotativas centrales en Madrid, España (2017). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=BdOnPff98HU>

El País. Todo lo que hay detrás de un periódico del siglo XXI. (2019). YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=WT9AfiS9_B4&t=101s

Escuela CES. Bienvenidos a la Escuela CES, dónde tu futuro es una realidad (2020). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=pPE1FscB5CE>

Díaz, A. (2022). *Comunicadores de nuevo cuño: qué se les pide a los periodistas de hoy del mañana*. Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2021- 2022

Música para vídeos. Música De Fondo Para Videos Y Presentaciones Corporativas (2019)

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=4Lb1G0QHxyE&t=36s>

Pilar Bernal. *El México más violento, Ciudad Juárez (2022)*. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=r0m-FrI2TIM&t=54s>

Pilar Bernal. *Lituania, tan cerca y tan lejos de Rusia. (2022)*. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=y5SW_4z0wpE&t=177s

5. ANEXOS

5.1 Escaleta final

Minutaje y localización	Sección
46'': RECURSO	Introducción: Discurso Ikañi Gabilondo
35'': OFF + RECURSOS EL PAÍS	OFF: Debes ser un periodista 360, domina la faceta de la escritura, de la locución, de la imagen, de la fotografía, de la inmediatez (...) Debes ser un periodista 360, domina la faceta de la escritura, de la locución, de la imagen, de la fotografía, de la inmediatez.
3': PRESENTACIÓN ENTREVISTADOS	Soy Pilar Sánchez García, profesora titular de la Universidad de Valladolid, durante 15 años he sido periodista en activo (...).
6'': CABECERA	Comunicadores de nuevo cuño: qué se les pide a los periodistas de hoy y del mañana.
7'': OFF+ RECURSOS ESCUELA CES	La comunicación digital ha revolucionado el ecosistema mediático estos últimos años, pero ¿qué efectos produce? (...) las plataformas nativas digitales.
1'': RECURSO	Recurso año.
44'': PILAR SÁNCHEZ	Uno de los efectos que ha tenido todo el cambio digital es que ha transformado muchos sectores, entre ellos por supuesto el

	de la comunicación (...) un conocimiento y equipos multidisciplinares potentes.
1'': RECURSO	Recurso año.
25'': FÉLIX A.CARRERAS	Tribuna Grupo nace de la desaparición de un periódico impreso en Salamanca que se llamaba Tribuna Salamanca (...) decidieron recuperar la cabecera al nombre de Tribuna.
1' 10'': SANTIAGO GONZÁLEZ	En el 2000 fue la creación del periódico, en aquel momento era un diario de pago. A lo largo de estos 22 años, ha sufrido diversas etapas (...) de expansión y de volcar contenidos y de actualizarlos.
6'': PLANO RECURSO FÉLIX	A estas horas del día estamos leyendo información en los soportes digitales.
38'': FÉLIX A.CARRERAS	Que mañana también vamos a ver en la prensa en papel y quizá ese matiz tiene que empezar a modificarse de alguna manera (...) en diferentes formatos digitales.
20'': SANTIAGO GONZÁLEZ	Se ha anunciado hace mucho tiempo la muerte del papel, evidentemente está sufriendo un retroceso (...) hay que acercarse.
10'': PLANO RECURSO SANTIAGO	Hay que acercarse principalmente a gente joven a la que puedes llevar a tu web o a tus noticias.

18'': SANTIAGO GONZÁLEZ	De twitter, facebook, Instagram, sobre todo el sector de 25 o incluso más jóvenes solo se informan a través de las redes sociales.
10'': OFF + RECURSO EL PAÍS	España cuenta con un medio digital activo por cada 16.000 habitantes, siendo el 47, 4% medios nativos, pero, cuando la incertidumbre primaba entre los grandes grupos de comunicación (...) gran líder de la comunicación digital en España.
59'': NACHO CARDERO	El confidencial ha cumplido 21 años, nació como en la suma de un grupo de periodistas que se unieron viendo las posibilidades (...) y así nació el Confidencial.
1'17'': PILAR BERNAL	Hace años estábamos en Irak o en Líbano retransmitiendo desde ahí en directo, necesitábamos una unidad móvil (...) multitud de tareas nuevas que yo creo que van a favor de la información.
17'': RECURSOS NEWTRAL	La comunicación digital trae de la mano a nuevos perfiles que se incorporan al mundo de la comunicación (...) son los perfiles que comparten espacio con los periodistas.
3'': RECURSO	Recurso año.
1'13'': MIRIAM RUIZ	La llegada del ingeniero, del informático incluso del infografista, es fundamental que

	entiendan el trabajo periodístico que se hace detrás (...) a disposición del periodismo que es al final lo que estamos pretendiendo hacer.
18'': RECURSO	Recurso año.
2'42'': PERIODISTA DEL S.XIX	El periodista de ahora tiene que entender que antes no teníamos a nuestra mano un teléfono móvil en el que plasmar una foto con inmediatez (...) necesitamos periodistas altamente cualificados.

5.2 Enlace del reportaje

<https://www.youtube.com/watch?v=Qq9vtuFi1xA>