

# El grado en periodismo: hacia una formación adaptada a los nuevos tiempos

*Gloria Rosique Cedillo*

*Universidad Carlos III de Madrid, España  
grosique@hum.uc3m.es*

## Resumen

La posibilidad de las instituciones de educación superior en España de reducir los Grados a tres años reaviva la reflexión acerca de ¿cuáles son los contenidos curriculares prioritarios para la enseñanza del periodismo, conforme a las nuevas exigencias de la profesión periodística? Para dar respuesta a esta interrogante se ha llevado a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica y entrevistas a los principales actores implicados. Los resultados señalan la necesidad de una mayor especialización en la formación universitaria, una mayor colaboración entre empresa y universidad; así como una mayor formación práctica, medios e infraestructura para llevarla a cabo.

**Palabras clave:** Periodismo, programas de estudio, formación universitaria, EEES.

## Journalism Degree: Toward an Education Adapted to the New Times

### Abstract

The possibility of higher education institutions in Spain of reducing grades to three years revives reflection on what are the priority curricular content for journalism education, according to the new demands of the journalistic profession? To answer this question we have carried

out an exhaustive bibliographical review and interviews with key players involved. The results indicate the need for greater specialization in journalism university education, greater collaboration between companies and universities; as well as more practical training, means and infrastructure to carry it out. From then on the need for greater specialization is apparent in university education, greater collaboration between business and universities; as well as more practical training for students and means to carry it out.

**Keywords:** Journalism, curricula, university education, EEES.

## 1. INTRODUCCIÓN

Tras cinco años de la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) conocido como “el Proceso de Bolonia”, y pese a que aún no acaban de finalizar las primeras promociones de egresados de esta reforma universitaria, a partir de septiembre de 2015 algunas universidades españolas empezarán a ofrecer Grados de tres años con opción a un Máster de dos (3+2).

Después de la primera fase de la reforma universitaria en España que supuso la reducción de las antiguas licenciaturas de cinco años a Grados de cuatro, esta segunda significará un nuevo reajuste en los planes de estudio de las carreras universitarias con el objetivo homogeneizar los estudios universitarios con respecto al resto de países de la Unión Europea, quienes en su mayoría implementaron un sistema más flexible respecto al de las universidades españolas ofreciendo Grados de tres años de 180 créditos europeos (ECTS) y Másteres de uno.

En lo que respecta concretamente al Grado en Periodismo en España, a la reducción de asignaturas en su programa de estudios se le suma la fuerte crisis de la industria periodística que ha significado el cierre de medios y el despido masivo de profesionales; asimismo los cambios tecnológicos han generado nuevas formas de hacer periodismo, el llamado “periodismo ciudadano” y el nacimiento de nuevos perfiles profesionales, todo ello sumado al problema de la falta de independencia informativa traducida en una “crisis de identidad del periodista” (Soria, 1989).

Lo anterior pone sobre la mesa algunas de las principales reflexiones que deberían considerarse al momento de diseñar los planes de estudio de las carreras de Periodismo: ¿qué formación básica deberían recibir los futuros periodistas en las aulas universitarias?, ¿qué contenidos y

asignaturas serán claves para su desempeño profesional a la vista de la situación y las características de la industria periodística, las nuevas tecnologías y el papel que actualmente desempeñan los periodistas en nuestra sociedad? ¿cuáles serían los contenidos troncales u obligatorios con los que debería contar el alumnado con el fin de garantizar una formación integral y de calidad? y en definitiva ¿qué contenidos curriculares resultan prioritarios para la enseñanza del periodismo?

Esta nueva reforma educativa podría significar una oportunidad para actualizar y adaptar los contenidos de los programas de estudio de la carrera de Periodismo a los ámbitos profesionales en los que se inscribe, considerando las profundas mutaciones que derivan de los nuevos modelos de negocio que están surgiendo a partir de la interacción de tres sectores de actividad que actualmente se disputan el negocio de la comunicación mundial: empresas de Internet, telecomunicaciones y conglomerados de comunicación (Rosique, 2014); todo ello con el objetivo de que los estudios de Periodismo no caminen un paso por detrás de las nuevas dinámicas del sector y respondan con los ideales de una formación integral adaptada al “espíritu de los tiempos” (Hegel, 2010).

## **2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DEL PERIODISTA EN EL ENTORNO DIGITAL**

Actualmente el periodismo en los medios tradicionales, radio, televisión y prensa escrita, convive con la digitalización, el ciberespacio y nuevas herramientas tecnológicas. La irrupción de Internet ha implosionado en una multitud de soportes para emitir información y ha acelerado los flujos e intercambios informacionales, lo que ha transformado las rutinas periodísticas y generado nuevas funciones, competencias y habilidades que se han sumado a las que de antaño el periodista venía desarrollando. Asimismo, la estructura y la gestión interna de los medios se ha reconfigurado adaptándose al nuevo entorno digital y tecnológico, al igual que el rol de los periodistas y el de los usuarios de la comunicación.

Hoy en día el periodismo digital o ciberperiodismo es una realidad que se ha convertido en un reto para los profesionales de la información: “(...) Internet ofrece dos funciones básicas para el periodista: el acceso a la mayor biblioteca del mundo y una nueva fórmula para comunicar” (Bella Palomo, 2004:35).

Por ende los periodistas requieren de ciertas habilidades y conocimientos específicos para desenvolverse en este nuevo entorno tecnológico, concretamente una formación en competencias que le permita informar a la ciudadanía a través de los diversos soportes digitales-multimedia. Si bien no cabe duda de que el periodismo sigue manteniendo los principios fundamentales que sustentan la profesión, el primero de todos la veracidad del relato, donde lo importante es el periodismo, no el soporte (Diezhandino, 2012), autores como Orihuela (2011) y Cobo (2012) coinciden en que actualmente la tecnología es una pieza clave y, por tanto, esencial en la formación de los futuros periodistas.

El periodista de hoy debe reconocerse como experto en buscar, jerarquizar y filtrar información dentro de la sobreabundancia informativa, y estar abierto al proceso de formación continua que le imponen las innovaciones tecnológicas que afectan a su campo.

En lo que respecta a su papel, en la era analógica bajo la prevalencia de los medios unidireccionales, el periodista jugaba el rol de mediador y monopolizador de la información; era un privilegiado que tenía acceso a la información y estaba inmerso en un escenario donde los medios de comunicación eran los únicos portavoces para emitir, jerarquizar la información y establecer la agenda temática. Frente a un escenario en el que la información se ha democratizado, el periodista ya no es el único portador, productor y distribuidor de la información, sino aquél que debe tener los conocimientos necesarios para construir mensajes eficaces que lleguen a su público objetivo; aquél que maneje las herramientas para distribuirlos en cualquier soporte, el que tenga conocimiento global sobre el funcionamiento y la estructura de los medios tradicionales, y que a su vez conozca los nuevos medios, el uso y el funcionamiento de las redes sociales.

Ante este nuevo contexto mediático-tecnológico que pone a nuestro alcance tal variedad de soportes y herramientas para la producción y difusión de la información, hoy más que nunca el papel del periodista se hace imprescindible, siendo una de las principales funciones la de fungir como “mediador” entre los medios y la ciudadanía.

La selección, jerarquización, contrastación de la información que obtenga a través de las diferentes fuentes de información: *twitter*, redes sociales, *blogs*..., y el análisis en profundidad, constituyen funciones imprescindibles dentro de la vorágine informativa; ante la cantidad de información generada en las redes sociales (*Facebook* y *Twitter*...) y en

los medios digitales (*blogs*), la selección, verificación y contrastación de la información, hoy por hoy constituyen tareas fundamentales de la profesión periodística, por lo que el periodista deberá dominar las estrategias de búsqueda y procesamiento de la información.

Asimismo, éste deberá saber seleccionar el tipo de contenido (textual, vídeo, sonido), el *software* en el que se podrá consumir el producto y finalmente ser capaz de producirlo en cualquier soporte, por lo que deberá dominar, por una parte, la técnica “audiovisual”: el manejo de un micrófono, de una cámara de vídeo y un editor de imágenes y sonido; lo relativo a la producción de “textos”: redacción, ortografía y expresión escrita adaptada a diferentes medios; la producción de formatos multimedia y conocer las herramientas que le permitan hacer retoques fotográficos, crear de infografías: gráficos, esquemas, etcétera.

Internet es otro medio (...) tiene otras pautas de comportamiento (...) con Internet cambian los ritmos de la información (...) requiere otros formatos de actuación y visualización, otros estilos, otras estéticas de comunicación, otras técnicas de narración, otros códigos de lenguaje (Diezhandino, 2012:16).

La periodista Silvia Cobo (2012) hace referencia a la importancia que hoy en día tiene para los periodistas poseer conocimientos y competencias sobre cómo escribir para Internet, buscar información en la web, conocimientos sobre analítica web y redes sociales, saber posicionar en buscadores, monitorizar sus fuentes, distribuir contenidos y finalmente sobre cómo crear su propia marca personal como periodista.

De acuerdo a Robert G. Picard<sup>1</sup>, los periodistas al no ser profesionales con una única base de conocimientos, el principal valor económico del periodismo no deriva de su propio conocimiento, sino de la distribución de los conocimientos de los demás. En este proceso su valor distintivo dependerá de tres habilidades: acceso cualificado a las fuentes, determinación del significado de la información y transmisión eficaz de dicha información (Picard en Sánchez de la Nieta, 2011).

A pesar del auge del perfil del periodista digital cabe aclarar que lo que no es un periodista es el *community manager*, ni el tecnólogo que genera herramientas de gestión de la información, y tampoco lo es el ciudadano común que aporta información (Diezhandino, 2012).

En lo que se refiere a la ciudadanía, a raíz del desarrollo de Internet ha habido un proceso de transformación en el que ha emergido un nuevo

“usuario de la comunicación”, más crítico, más participativo y receptivo, que utiliza las nuevas tecnologías como herramientas de participación en la construcción de la información.

Por ende, en los últimos años se están produciendo cambios en la línea de un periodismo en el que la participación de la ciudadanía es cada vez más notoria. La aparición del denominado “periodismo ciudadano” al amparo de la web 2.0 supone una oportunidad para reconfigurar la profesión en tanto que los ciudadanos han asumido un rol creciente como filtro de calidad y dinamizador del debate democrático (Sorrentino, 2013), alterando, al mismo tiempo, la cadena tradicional de producción, distribución y recepción mediática, en especial con la incorporación de los *social media* y otras plataformas de información alternativa (Andrés y Casero-Ripollés, 2013). Todo ello ocurre en un contexto mundial de profunda crisis de credibilidad de la información periodística (Díaz Nosty, 2013), motivada, en buena medida, por la financiarización de los *media* y su desinterés por el valor de la información como servicio público y derecho humano (Almirón, 2010; Rusiñol, 2013; Rodríguez Borges, 2014).

### **3. LOS CONTENIDOS CURRICULARES DE LOS PLANES DE ESTUDIO DEL GRADO EN PERIODISMO DE TRES AÑOS**

Partiendo de la base de que los principios profesionales intrínsecos al periodismo en cualquier medio y soporte como la búsqueda de la verdad, la verificación de las fuentes y de los hechos, la objetividad, la condición de servicio público, la ética, etcétera son y seguirán siendo imprescindibles para el ejercicio periodístico, los programas de estudio de la carrera de Periodismo, pese a su posible reducción a tres años, deberán contener asignaturas obligatorias que incidan en aspectos fundamentales como: Redacción (en todos los cursos de la carrera con el objetivo de trabajar la escritura de los géneros periodísticos en los diversos soportes: papel, digital, radiofónico y audiovisual, con el fin de potenciar tanto el lenguaje escrito como el audiovisual, Lengua española, Deontología y ética periodística, Derecho de la Información, Fotografía, Información Institucional, Diseño de la información periodística, entre otras.

Asimismo, los planes de estudio deberán contener asignaturas que coadyuven a ampliar la base cultural del alumnado, conocimientos que les permitan contextualizar, interpretar y analizar los fenómenos y acon-

tecimientos con rigor y profundidad ya que, de acuerdo a López (2004): “Para poder hablar de periodistas deberíamos aceptar el hecho de que estamos ante un profesional con un nivel técnico y cultural bastante por encima de la media de la población a la que servirá (...)” (p.77). En este mismo sentido Álvaro Niño del Portillo, director de la Facultad de Comunicación del Centro Universitario Villanueva, relata que los alumnos llegan a la universidad menos preparados que en otras épocas, con un déficit en cultura general, que es “una base importante del periodismo” (Rodríguez, 2010:26-27).

Partiendo de esta idea, asignaturas como: Historia Universal, Historia de España, Historia del Periodismo, Estructura y el sistema de medios así como Filosofía política, Teoría de la comunicación mediática y, debido al peso que tiene la participación ciudadana en nuestras sociedades, una asignatura que verse sobre los movimientos sociales, se hacen imprescindibles para la consecución de este objetivo.

En consecución con una de las directrices marcadas en el Plan Bolonia que incita a las universidades a ofrecer la posibilidad de que los estudiantes puedan elegir buena parte de su camino formativo según sus capacidades y objetivos (Salaburu, 2014), se propone que en el último año de la carrera los alumnos tengan la posibilidad de elegir, entre asignaturas optativas de distintas especialidades, cursos interdisciplinarios de libre elección, a fin de que ellos mismos configuren su plan de estudios y tener con ello la opción de incidir en los soportes y especialidades temáticas que más les interesen y trazar mínimamente su perfil profesional.

Entre las asignaturas optativas deberán figurar materias - al menos de carácter introductorio- de especialización periodística tales como: periodismo social, internacional, deportivo, educativo, económico, político y parlamentario, cultural, científico y medioambiental, etcétera., así como asignaturas que incidan en la especialización en los diversos soportes en los que se circunscribe el periodismo: radio, televisión, Internet y prensa escrita. Finalmente se deberán ofrecer materias complementarias de áreas afines de comunicación, relaciones públicas y humanidades como: Márketing aplicado al periodismo, Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Sociología, Información y Comunicación política, Infografía, entre otras.

En este sentido:

...los grados deben orientarse a la adquisición (no exclusiva) de «competencias» con varias combinaciones coherentes, que a menudo no se limiten a un único campo disciplinario. El diseño de los nuevos currículos de grado es así un reto y una oportunidad muy concreta: no se debe perder en definiciones abstractas y exclusivas de las competencias, sino permitir flexibilidad a los estudiantes para que se orienten al mercado laboral después de graduarse, o a que continúen en la universidad e inicien estudios de máster (Salaburu, 2014).

Asimismo, “frente al nuevo Espacio Europeo de Educación Superior, constituye un reto interesante el hecho de fomentar la iniciativa emprendedora de los egresados para que sean ellos mismos los que dinamicen el sector con una oferta atractiva” (Caro González, 2006:321). Partiendo de este hecho y considerando que desde el 2008 se han perdido 11.85 empleos en los medios (Asociación de la Prensa de Madrid, 2013), es imprescindible que los egresados cuenten con herramientas que faciliten su inserción laboral como trabajadores por cuenta propia, siendo el periodismo emprendedor una “salida laboral innovadora clave a corto y medio plazo” (Casero-Ripollés, 2013b:688); por tanto una asignatura que contemple la creación de empresas y los nuevos modelos de negocio periodísticos resulta imprescindible dentro de los contenidos troncales de la carrera.

La Fundación Conocimiento y Desarrollo (CYD, 2005) realizó un estudio entre 404 empresas para indagar en qué medida los titulados universitarios contaban con aptitudes que solicitaban las empresas a los egresados de la titulación en Periodismo; las principales carencias que estas entidades encontraron en el alumnado que se introduce en el mundo profesional fueron la formación práctica y las habilidades directivas, teniendo también un peso importante las carencias en habilidades de comunicación e idiomas. Atendiendo a estos resultados, los idiomas (para el acceso a fuentes de información y para ampliar sus perspectivas de trabajo), la expresión oral, la capacidad para trabajar en equipo, las habilidades directivas y de gestión con asignaturas como “Dirección y gestión de las empresas periodísticas”, deberían formar parte de los planes de estudio Periodismo, ya que le proporcionarían al alumnado competencias básicas fundamentales para desempeñarse profesionalmente en cualquier ámbito de la comunicación.



En lo que se refiere a la formación práctica ésta es una demanda que también ha hecho expresa el alumnado y que se refleja en diversos estudios, entre ellos una investigación realizada a estudiantes y docentes universitarios de la carrera de Periodismo (Estudio de Comunicación, 2014) que arrojó información interesante a este respecto destacando lo poco práctica que es la formación académica para el trabajo periodístico. En este sentido las instituciones universitarias deberán verificar si poseen el capital humano y la infraestructura mínima necesaria que requieren asignaturas como redacción, radio y las relacionadas con la producción de noticias y otros géneros audiovisuales como el reportaje y el documental para poder impartirlas y llevar a cabo las prácticas de manera fehaciente.

Partiendo de la base de los nuevos perfiles del periodista: “arquitecto de la información, gestor de comunidades o *community manager*, *copy*, digitalizador, diseñador web, editor de web, especialista en marketing digital, experto en accesibilidad, experto en analítica web, experto en metadatos, experto SEM y SEO, experto en usabilidad, gestor de contenidos, guionista multimedia, montador/maquetador, realizador de vídeo, responsable de contenido y responsable de reputación digital” (Yuste, 2014:65-73) se infiere que la asignatura de “Tecnología” debería impartirse en los primeros cursos de la carrera de Periodismo con el objetivo de sentar las bases teóricas que le permitan al alumnado comprender la lógica y el funcionamiento de ésta aplicada a la comunicación, incidiendo en que resultaría de poca utilidad enseñar *softwares* específicos (de edición de vídeo, por ejemplo, debido a su obsolescencia y a la facilidad con la que los alumnos pueden acceder a ellos y formarse de manera autodidacta o a través de cursos extraescolares complementarios).

Finalmente, y a razón de la cantidad de fuentes informativas y medios de comunicación existentes, sería imprescindible incluir en los programas de estudio asignaturas como “Gestión de la información” y “Estadística aplicada al periodismo”, en las que el alumno aprenda técnicas de búsqueda de la información y adquiera la capacidad para seleccionar y ordenar las fuentes informativas.

En definitiva, los estudios universitarios de periodismo deben concebirse como una formación integral en la que prime el equilibrio entre los contenidos teóricos fundamentales del periodismo, es decir, los valores o cualidades que tradicionalmente se atribuyen al periodista de cualquier medio, “pero a ellos habrá que añadir otros como la flexibilidad, la capacidad para adaptarse a los cambios, la polivalencia tecnológica y la

movilidad funcional” (Bernaola, 2011: 188), de tal manera que éstos reúnan un conjunto de competencias, conocimientos y habilidades que coadyuven al fortalecimiento de la formación de los futuros egresados de Periodismo.

### **3. CONCLUSIONES**

Los cambios que vienen suscitándose en la profesión periodística dan fe de la necesidad de actualizar y adaptar los contenidos curriculares de la carrera de Periodismo enmarcados en el EEES con el fin de formar a profesionales autónomos con capacidad de aprender y de adaptarse a los cambios ya que, tal como lo señala Díaz Nosty (1999): “los planteamientos de las facultades de comunicación están desfasados y escasamente dinámicos, puesto que las necesidades del mercado avanzan mucho más rápidamente que los planes de estudios” (p. 60). Sin lugar a duda “los estudios de Periodismo atraviesan el mayor reto pedagógico desde su existencia: formar a periodistas en un escenario marcado por la crisis, la incertidumbre y los cambios impredecibles” (Palomo, 2014:475).

En este sentido cabe destacar que la actualización de los planes de estudio nunca deberá ir en detrimento de las asignaturas básicas fundamentales del periodismo y de aquellos conocimientos que permitan adquirir el bagaje cultural y humanístico necesario para desempeñar la profesión periodística. Si bien no se trata de formar “periodistas orquesta o polivalentes” desde las instituciones universitarias, sí de proporcionarles las herramientas necesarias para que puedan desempeñar su profesión conforme a las exigencias que les demanda su ámbito laboral, sobre todo en su calidad de recién egresados en la que, por lo general, tienen menos opciones para elegir y donde su prioridad es comenzar a adquirir experiencia. De esta manera, los planes de estudio universitarios deberán ir cada vez más en concordancia con los cambios que se vayan suscitando en el ámbito periodístico.

A pesar de que las actuales demandas se inclinan hacia el perfil del periodista digital o multimedia (FIT-AMETIC, 2012) el cual exige nuevas habilidades como el manejo de las herramientas actuales, el conocimiento de las técnicas de diálogo con los usuarios y que el periodista asuma la formación continua y la formación como dos compañeras de viaje necesarias (López, 2010), algunos estudios demuestran la todavía falta de asignaturas de carácter obligatorio o básico relacionadas con el perio-

dismo digital en los planes de estudio, siendo en su mayoría asignaturas optativas, lo que le brinda un status de materia “complementaria”; esto da una idea de la poca importancia que se le da al periodismo digital en los planes de estudio universitarios como competencia clave para la formación de los periodistas (Rosique, 2013). De lo anterior s desprende la necesidad de ligar los nuevos perfiles periodísticos con las necesidades formativas de los periodistas del siglo XXI (Sánchez-García, 2015).

Por otra parte, tanto en las antiguas licenciaturas como en los actuales grados, sobre todo en la mayoría de las universidades públicas, el modelo que ha prevalecido pretendía brindar una formación en la cual el estudiante egresaba con un perfil general, confinando su especialización a los estudios de Máster.

Si bien hay una clara y unánime apuesta por la especialización del periodista, básicamente referida al conocimiento profundo y riguroso de una parcela informativa, una materia o un sector y orientada a la calidad y la creación de marca (Diezhandino, 2012), ofrecer al alumnado la posibilidad de tener al menos un acercamiento a los soportes y a las especialidades temáticas en el ámbito periodístico durante el último curso de la carrera, podría ser una apuesta interesante que les permitiría trazar un perfil profesional de acuerdo a sus intereses, con independencia de que a posteriori algunos tengan además la posibilidad de cursar estudios complementarios de especialización.

Asimismo se hace necesaria una mayor colaboración entre empresa –mundo laboral- y universidad –mundo académico, en línea de lo que señala una de las directrices marcadas por el EEES: los currículos tienen que estar mejor adaptados al mercado laboral, lo que no significa que las universidades se deban convertir en centros de preparación laboral a corto plazo. Lo que sí se pide es que no se ignore que la inserción de los egresados en la sociedad es parte de la misión de la universidad (Salaburu, 2014).

Por otra parte, y debido a la situación por la que atraviesan las empresas informativas en España, se hace necesario formar a los futuros periodistas en un periodismo emprendedor, asignatura pendiente cuya importancia como competencia formativa deberá reforzarse en los próximos años para mejorar la adaptación del periodismo al nuevo contexto social y económico (Casero-Ripollés, 2013a).

En definitiva, si bien la actualización de los planes de estudio podría contribuir a mejorar la calidad de los egresados, lo que les brindaría

mayores oportunidades para insertarse en el mundo laboral, bien como trabajadores por cuenta ajena o como futuros emprendedores, la formación continua del profesorado acorde a las nuevas demandas curriculares en los planes de estudio y la obtención de recursos por parte de las universidades para llevar a cabo una mejor adaptación de los mismos, siguen siendo los principales desafíos a los que, especialmente las universidades públicas, se siguen enfrentando<sup>2</sup>.

Ambos factores resultan piezas claves para materializar una reforma educativa como el EEES que podría coadyuvar a que el alumnado avanzara en materia de formación.

### Notas

1. Profesor de Economía de los Medios de la Universidad Jönköping de Suecia e investigador visitante del Instituto de Reuters en la Universidad de Oxford.
2. Entrevista realizada a Fernando Jiménez Barriocanal, Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Madrid, en el prólogo de la revista Encuentros multidisciplinares, “Presente y futuro de la universidad: elementos para el debate y la reflexión”. N° 32, 2009. p. 6.

### Referencias Bibliográficas

- ALMIRÓN, Nuria. 2010. **Corporate media and financialization**. Ed. Hampton Press, Nueva York (Estados Unidos).
- ANDRÉS, Ramón y CASERO-RIPOLLÉS, Andreu. 2013. “Nuevas formas de producción de noticias en el entorno digital y cambios en el periodismo: el caso del 15-M”. **Comunicación y Hombre**. N° 8: 129-140.
- ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (APM). 2013. **Informe anual de la profesión periodística 2013**. Ed. APM, Madrid (España).
- BELLA PALOMO, María. 2004. **El periodista on line: de la revolución a la evolución**. Ed. Comunicación Social, Sevilla (España).
- BERNAOLA, Itziar; ADROVER, Miguel, y SÁNCHEZ-CHIQUITO José María. 2011. **Programas informativos y de opinión en televisión**. Ed. Síntesis, Madrid (España).
- CABEZUELO LORENZO, Francisco. 2015. “Las nuevas competencias de los graduados universitarios en periodismo” en MANFREDI SÁNCHEZ, José Luis

- (Coord.). **Innovación y periodismo: emprender en la universidad**. pp. 105-124. Ed. Sociedad Latina de Comunicación Social, Tenerife (España).
- CARO GONZÁLEZ, Francisco Javier y JIMÉNEZ MARÍN, Gloria. 2006. "Periodistas: El acceso al mercado laboral". **Ámbitos**. Nº 15: 313-324.
- CASERO-RIPOLLÉS, Andreu; ORTELLS-BADENES, Sara y DOMÉNECH-FABREGAT, Hugo 2013a. "Las competencias profesionales en periodismo: una evaluación comparativa". **Historia y Comunicación Social**. Nº 18: 53-64.
- CASERO-RIPOLLÉS, Andreu y CULLELL-MARCH, Cristina. 2013b. "Periodismo emprendedor. Estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio". **Estudios del Mensaje Periodístico**. Nº 19: 681-690.
- COBO, Silvia. 2012. **Internet para periodistas. Kit de supervivencia para la era digital**. Ed. UOC, Barcelona (España).
- CYD. Fundación Conocimiento y Desarrollo. 2005. **Informe CYD 2005**. Ed. Fundación Conocimiento y Desarrollo, Barcelona (España).
- DÍAZ NOSTY, Bernardo. 1999. **La Comunicación en Andalucía 1999: Situación y tendencias**. Ed. Grupo Z, Madrid (España).
- DÍAZ NOSTY, Bernardo. 2013. **La prensa en el nuevo ecosistema informativo. ¡Que paren las rotativas! La transición al medio continuo**. Ed. Ariel y Fundación Telefónica, Barcelona y Madrid (España).
- DIEZHANDINO, María Pilar. 2012. **El periodista en la encrucijada**. Ed. Ariel, Barcelona (España).
- ESTUDIO DE COMUNICACIÓN. 2014. **El periodista frente a su formación**. Ed. Servimedia, Madrid (España).
- FIT-AMETIC. 2012. **Perfiles profesionales más demandados en el ámbito de los contenidos digitales en España 2012-2017**. Ed. FIT-AMETIC, Madrid (España).
- HEGEL, Friedrich. 2010. **Fenomenología del espíritu**. Ed. Abada, Madrid (España).
- LÓPEZ, Manuel. 2004. **Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI**. Ed. Paidós, Barcelona (España).
- LÓPEZ GARCÍA, Xosé. 2010. **La metamorfosis del periodismo**. Ed. Comunicación Social, Zamora (España).
- ORIHUELA, José Luis. 2011. "Introducción del libro: 80 claves sobre el futuro del periodismo". Disponible en [www.ecuaderno.com/2011/09/27/introduccion-sobre-el-futuro-del-periodismo/](http://www.ecuaderno.com/2011/09/27/introduccion-sobre-el-futuro-del-periodismo/). Consultado el 26.10.2014.
- PALOMO, Bella y SÁNCHEZ, María. 2014. "El reto de formar a periodistas participativos: reflexiones docentes". **Historia y Comunicación Social**. Nº 19: 465-478.

- RODRÍGUEZ BORGES, Rodrigo Fidel. 2014. “¿Crisis del periodismo y crisis de la democracia? Una reconsideración del oficio periodístico en el ecosistema digital 2. **Dilemata**. Nº 14: 1-17.
- RODRÍGUEZ, Mercedes. 2010. “Los periodistas veteranos advierten de la caída del periodismo de calidad”. **Cuadernos de Periodistas**. Nº 20: 18-27.
- ROSIQUE, Gloria. 2013. “Los estudios universitarios de periodismo en España: la adaptación al EEES y la formación de periodistas en competencias digitales”. **RIESED. Revista Internacional de Estudios sobre Sistemas Educativos**. Nº 1: 117-132.
- ROSIQUE, Gloria; BARRANQUERO, Alejandro y GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente. 2014. “La adaptación de los estudios de periodismo a las nuevas intersecciones sociales y empresariales de la comunicación en MUT CAMACHO, Magdalena (Coord.). **Procesos de aprendizaje de vanguardia en la enseñanza superior**. pp. 431-447. Ed. ACCI, Madrid (España).
- RUSIÑOL, Pere. 2013. “Papel mojado. La crisis de la prensa y el fracaso de los periódicos en España. El hundimiento”. Disponible en [www.eldiario.es/zonacritica/Papel-prensa-fracaso-periodicos-Espana6130946927.html](http://www.eldiario.es/zonacritica/Papel-prensa-fracaso-periodicos-Espana6130946927.html). Consultado el 16.05.2013.
- SALABURU, Pedro (Dir.) 2014. **España y el proceso de Bolonia. Un reencuentro imprescindible**. Ed. Academia Europea de Ciencias y Artes, Madrid (España).
- SÁNCHEZ DE LA NIETA, Miguel Ángel. 2011. “La creación de valor del periodismo en el escenario informativo de la era Internet” en FLORES VIVAR, Jesús Miguel (Ed.). **Estado del arte en la construcción del ciberperiodismo**. pp. 157-172. Ed. Fragua, Madrid (España).
- SÁNCHEZ-GARCÍA, Pilar; CAMPOS-DOMÍNGUEZ, Eva y BERROCAL GONZALO, Salomé. 2015. “Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes”. **Revista Latina de Comunicación Social**. Nº 70: 187-208.
- SORIA, Carlos. 1989. **La crisis de identidad del periodista**. Ed. Mitre, Barcelona (España).
- SORRENTINO, Carlo. 2013. “El equívoco del periodismo ciudadano. Cómo las nuevas formas de consumo de la información están redefiniendo el periodismo”. **Ad Comunica**. Nº 6: 21-37.
- YUSTE, Bárbara y CABRERA, Marga. 2014. **Emprender en Periodismo. Nuevas oportunidades para el profesional de la información**. Ed. UOC, Madrid (España).